



# Contents

## I. Competitive Product (경쟁제품)

SUMMARY	4
1. 베트남 삼계탕 경쟁제품 선정	6
2. 베트남 삼계탕 경쟁제품 조사지표 선정	7
3. 베트남 삼계탕 경쟁제품 포지셔닝	9
4. 베트남 삼계탕 입점 매장 및 경쟁제품 정보	10

## II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	30
1. 베트남 삼계탕 경쟁기업 포지셔닝	31
2. 베트남 삼계탕 경쟁기업 현황	32
3. 베트남 삼계탕 경쟁기업 분석	34

## III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	41
Interview ① 롯데마트(Lotte Mart)	42
Interview ② 에스씨제이 티비쇼핑(SCJ TV Shopping)	44
Interview ③ 케이마켓(K-Market)	46
Interview ④ 델리카시(Delicacy)	48
Interview ⑤ 코옵마트(Coop Mart)	50

## IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	53
1. 제품 경쟁력 검증	54
2. 기업 마케팅 벤치마킹	57

*참고문헌	59
-------	----

# I. Competitive Product

## SUMMARY

1. 베트남 삼계탕 경쟁제품 선정
2. 베트남 삼계탕 경쟁제품 조사지표 선정
3. 베트남 삼계탕 경쟁제품 포지셔닝
4. 베트남 삼계탕 입점 매장 및 경쟁제품 정보

# Competitive Product

(경쟁제품)

## 베트남 (VIETNAM) 삼계탕 방문 매장 선정

방문 매장 선정

- 후보 : 품목별 방문 매장
- 선택 : 조사 희망 매장

구분	가공식품	신선식품	기능성	음료/주류	전통식품	유아식품	식자재
공통	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓
	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓
	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점
	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점
선택 (품목)	편의점	유기농 매장	드럭스토어	편의점	한인마트	유기농 매장	창고형 매장
	달러스토어	재래시장	OTC	달러스토어	아시안마트	영유아 매장	
	한인마트		한인마트	자판기			
	드럭스토어		건강식품 전문점	리퀴드샵			

## 베트남 (VIETNAM) 삼계탕 매장 조사

	코옵엑스트라 (Coop Xtra) (하이퍼마켓)	오상 (Auchan) (슈퍼마켓)	스카이마트 (Sky Mart) (한인마트)	
전경				
조사 제품	2개	2개	3개	
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1989년 설립</li> <li>• 베트남 기업 사이공 코옵 소유의 하이퍼마켓 체인</li> <li>• 현지 인지도가 매우 높은 편</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1961년 설립</li> <li>• 프랑스계 슈퍼마켓 체인</li> <li>• 전 세계에 약 4천개의 매장 운영</li> <li>• 2019년 사이공 코옵이 베트남 내 오상 매장에 대한 경영권을 인수함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한인들에게 잘 알려진 한인마트 브랜드</li> <li>• 베트남 내에 여러 점포를 소유함</li> <li>• 자체 물류 창고 운영</li> </ul>	
	케이마켓 (K Market) (한인마트)	쇼피 (Shopee) (온라인 쇼핑몰)	라자다 (Lazada) (온라인 쇼핑몰)	티키 (Tiki) (온라인 쇼핑몰)
전경				
조사 제품	3개	3개	1개	1개
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한인타운 내에서 고급 아파트 단지 상가에 위치해 있는 한인마트</li> <li>• 베트남 내에서 입지가 있는 한인마트</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2009년 설립</li> <li>• 싱가포르계의 전자 상거래 플랫폼</li> <li>• 2018년 베트남 온라인 쇼핑몰 시장점유율 4위</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2012년 설립</li> <li>• 독일 기업에서 만든 전자 상거래 플랫폼</li> <li>• 2018년 베트남 온라인 쇼핑몰 시장점유율 2위</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2010년 설립</li> <li>• 베트남계 전자 상거래 플랫폼</li> <li>• 2018년 베트남 온라인 쇼핑몰 시장점유율 3위</li> </ul>

# Competitive Product

(경쟁제품)

## 베트남 (VIETNAM)

### 삼계탕 경쟁제품

#### 선정 및 포지셔닝

##### 경쟁제품 선정 기준

- 오프라인 매장 입점 제품
- 온라인 매장 입점 제품

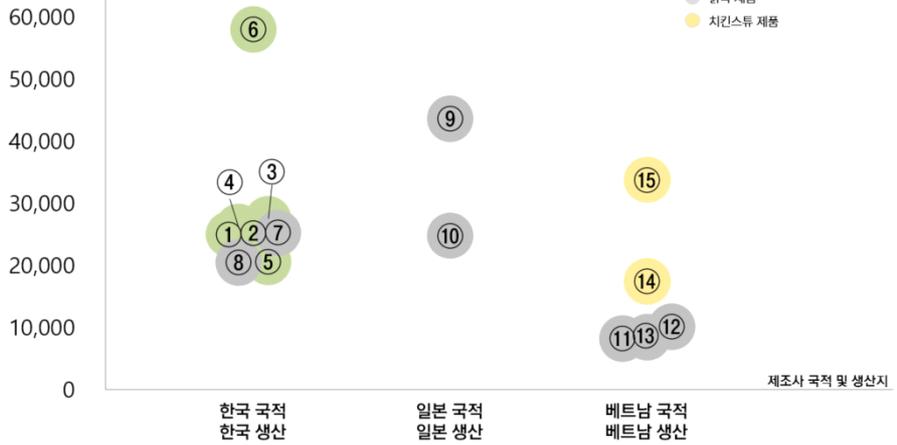
##### 경쟁제품 분류 기준

- 제조업체 국적 및 생산지
- 경쟁제품 소비자가격
- 경쟁제품 종류

##### 경쟁제품 포지셔닝 기준

- X축 : 제조사 국적 및 생산지
- Y축 : 소비자가격(동/100g당)

소비자가격(동/100g당)



## 베트남 (VIETNAM)

### 삼계탕 경쟁제품 분석

구분	경쟁제품(경쟁기업)	제품 종류	가격 (총합) <sup>1)</sup>	가격 (100g당)	용량(g)	주요 원료
한국 국적 한국 생산	① 고려 삼계탕(B사)	삼계탕	200,000동 (10,380원)	25,000동 (1,298원)	800	닭고기, 찹쌀, 수삼
	② 삼계탕 먹는 날(C사)	삼계탕	214,000동 (11,107원)	25,177동 (1,307원)	850	닭고기, 찹쌀, 인삼
	③ 골드 삼계탕(D사)	삼계탕	220,000동 (11,418원)	27,500동 (1,427원)	800	닭고기, 찹쌀, 수삼
	④ 궁중 삼계탕(E사)	삼계탕	210,000동 (10,899원)	26,250동 (1,362원)	800	닭고기, 찹쌀, 수삼
	⑤ 참스토리 삼계탕(F사)	삼계탕	185,000동 (9,602원)	20,556동 (1,067원)	900	닭고기, 찹쌀, 수삼
	⑥ 천마루 삼계탕(G사)	삼계탕	580,000동 (30,102원)	58,000동 (3,010원)	1,000	닭고기, 찹쌀, 수삼
	⑦ 양반 영양닭죽(H사)	닭죽	72,000동 (3,737원)	25,263동 (1,311원)	285	닭고기, 쌀
	⑧ 비비고 녹두닭죽(I사)	닭죽	92,000동 (4,775원)	20,444동 (1,061원)	450	닭고기, 멥쌀, 녹두, 찹쌀
일본 국적 일본 생산	⑨ 차오가(아스작 푸드)	닭죽	15,700동 (815원)	43,611동 (2,263원)	36	닭고기, 쌀
	⑩ 차오안잠(시마야)	닭죽	62,000동 (3,218원)	24,800동 (1,287원)	250	닭고기 추출물, 쌀
베트남 국적 베트남 생산	⑪ 차오뚜오이(사이공 푸드)	닭죽	19,700동 (1,022원)	8,208동 (426원)	240	닭 육수, 닭고기, 쌀
	⑫ 차오릿가(비폰)	닭죽	7,100동 (368원)	10,143동 (526원)	70	닭고기, 쌀
	⑬ 차오릿가(사이공 코옵)	닭죽	5,500동 (285원)	8,462동 (439원)	65	닭고기, 쌀
	⑭ 가약띠엠(케이피)	치킨스튜	79,000동 (4,100원)	17,401동 (903원)	454	오골계, 인삼
	⑮ 가약함넌쌈(떡 땀 바오롱)	치킨스튜	135,000동 (7,007원)	33,750동 (1,752원)	400	오골계, 인삼

(\*) 현지 판매 삼계탕 경쟁제품 15개 분석

1) 100동= 5.19원(2019.10.02.,KEB 하나은행 매매기준을 적용)

### 1. 베트남 삼계탕 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ① 수입산 혹은 베트남 현지산 삼계탕 경쟁제품

- 수입산 제품 : 베트남 외 국가에서 수입되는 삼계탕 경쟁제품 선정
- 현지산 제품 : 베트남에서 생산되는 삼계탕 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ② 오프라인 및 온라인 매장 입점 확인 제품

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 제품 선정
  - (\*) 4개 채널 : 코옵엑스트라(Coop Xtra), 오상(Auchan), 스카이마트(Sky Mart), 케이마켓(K Market)
- 온라인 쇼핑몰에서 판매되고 있는 제품 선정
  - (\*) 3개 채널 : 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 티키(Tiki)

[표 1.1] 베트남 삼계탕 경쟁제품 선정

경쟁제품명(제조업체명)	수입 여부		유형별 매장 입점 여부	
	수입산	현지산	오프라인	온라인
① 고려 삼계탕(B사)	○ (한국)		○ (스카이마트)	
② 삼계탕 먹는 날(C사)	○ (한국)		○ (스카이마트)	
③ 골드 삼계탕(D사)	○ (한국)		○ (케이마켓)	
④ 궁중 삼계탕(E사)	○ (한국)		○ (케이마켓)	
⑤ 참스토리 삼계탕(F사)	○ (한국)			○ (쇼피)
⑥ 찬마루 삼계탕(G사)	○ (한국)			○ (쇼피)
⑦ 양반 영양닭죽(H사)	○ (한국)		○ (스카이마트)	
⑧ 비비고 녹두닭죽(I사)	○ (한국)		○ (케이마켓)	
⑨ 차오가(아스작 푸드)	○ (일본)		○ (오상)	
⑩ 차오안잠(시마야)	○ (일본)			○ (라자다)
⑪ 차오뚜오이(사이공 푸드)		○ (베트남)	○ (오상)	
⑫ 차오릿가(비폰)		○ (베트남)	○ (코옵엑스트라)	
⑬ 차오릿가(사이공 코옵)		○ (베트남)	○ (코옵엑스트라)	
⑭ 가악띠엠(케이피)		○ (베트남)		○ (티키)
⑮ 가악함넌쌈(떡 땀 바오롱)		○ (베트남)		○ (쇼피)

(\* 현지 판매 삼계탕 경쟁제품 15개 분석

## 2. 베트남 삼계탕 경쟁제품 조사지표 선정

### 인증 종류



▲HVNCLC  
(베트남 고품질 상품) 인증



▲HACCP 인증

사진자료: 베트남 고품질 상품  
인증(HVNCLC) 홈페이지,  
한국식품안전관리인증원(HACCP)  
홈페이지

#### ▶ 조사 지표 ① 소비자 판매 가격

- 오프라인 및 온라인 채널에서 판매되는 경쟁제품의 소비자 판매 가격
- 오프라인 및 온라인 채널에서 판매되는 경쟁제품의 100g당 소비자 판매 가격

#### ▶ 조사 지표 ② 유통기한

- 경쟁제품의 안전성, 맛 등 모든 품질이 유지되는 보장 기간

#### ▶ 조사 지표 ③ 용량(g)

- 오프라인 및 온라인 채널에서 판매되는 경쟁제품의 총 용량

#### ▶ 조사 지표 ④ 포장 형태

- 삼계탕 경쟁제품을 포장하고 있는 포장 용기의 재질과 형태를 조사
  - 플라스틱 파우치: 플라스틱 재질의 파우치 형태 포장 제품
  - 캔: 고철 재질의 원형 캔 포장 제품

#### ▶ 조사 지표 ⑤ 제품 종류

- 삼계탕 경쟁제품을 삼계탕, 닭죽, 치킨스튜로 구분
  - 삼계탕: 한국기업에서 제조한 삼계탕 제품
  - 닭죽: 닭 육수와 닭고기가 사용된 죽 제품
  - 치킨스튜: 닭고기와 인삼을 넣어 제조한 삼계탕과 유사한 제품

#### ▶ 조사 지표 ⑥ 홍보 문구

- 경쟁제품을 홍보하기 위하여 경쟁기업이 사용한 경쟁제품의 홍보 문구

#### ▶ 조사 지표 ⑦ 주요 원료 및 첨가물

- 삼계탕 경쟁제품을 만들 때 사용된 주요 원료 및 첨가물

#### ▶ 조사 지표 ⑧ 인증

- 삼계탕 경쟁제품의 인증 보유 여부 조사
  - HVNCLC 인증(베트남 고품질 상품 인증)
    - : 베트남의 고품질 상품 규정을 준수하는 제품에 부여되는 인증
  - HACCP 인증
    - : 식품 위해요인이 차단된 제조 과정을 거친 제품에 부여되는 인증

[표 1.2] 베트남 삼계탕 경쟁제품 조사 지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	판매되고 있는 제품의 100g당 가격
유통기한	유통기한	경쟁제품의 유통기한
용량	용량	경쟁제품의 용량
포장 형태	플라스틱 파우치	플라스틱 재질의 파우치 형태 포장
	캔	고철 재질의 원형 캔 형태 포장
제품 종류	삼계탕	한국기업에서 제조한 삼계탕 제품
	닭죽	닭 육수와 닭고기가 사용된 죽 제품
	치킨스튜	닭고기와 인삼을 넣어 제조한 삼계탕과 유사한 제품
홍보 문구	홍보 문구	경쟁제품을 홍보하기 위해 사용한 문구
주요 원료 및 첨가물	주요 원료 및 첨가물	경쟁제품 제조에 사용된 원료 및 첨가물
인증	인증	경쟁제품이 보유한 인증

### 3. 베트남 삼계탕 경쟁제품 포지셔닝

#### 경쟁제품(경쟁기업)

- 파란색 : 삼계탕

- ① 고려 삼계탕(B사)
- ② 삼계탕 먹는 날(C사)
- ③ 골드 삼계탕(D사)
- ④ 궁중 삼계탕(E사)
- ⑤ 참스토리 삼계탕(F사)
- ⑥ 찬마루 삼계탕(G사)
- ⑦ 양반 영양닭죽(H사)
- ⑧ 비비고 녹두닭죽(I사)
- ⑨ 차오가(아스작 푸드)
- ⑩ 차오안잠(시마야)
- ⑪ 차오뚜오이(사이공 푸드)
- ⑫ 차오팅가(비폰)
- ⑬ 차오팅가(사이공 코음)
- ⑭ 가악띠엠(케이피)
- ⑮ 가악함넌쌈(떡 빵 바오롱)

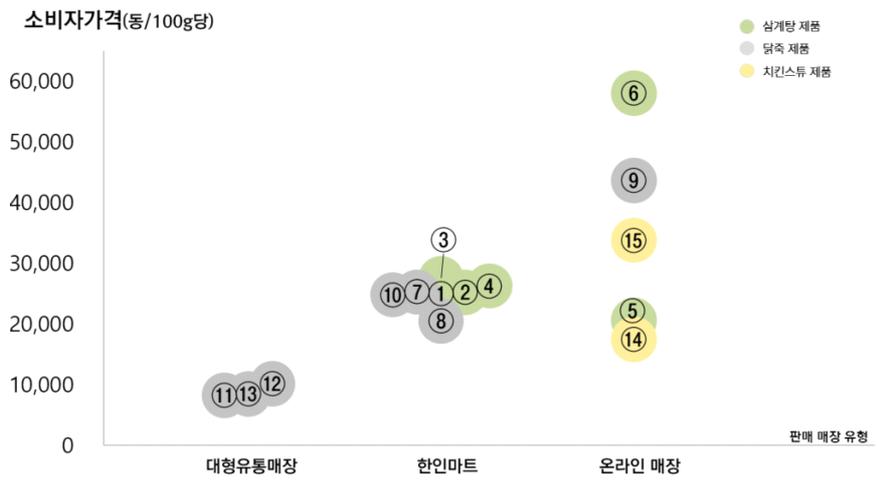
#### ▶ 포지셔닝 ① 경쟁제품 판매 매장 유형별 가격 비교

삼계탕 경쟁제품 15개는 슈퍼마켓과 하이퍼마켓의 대형유통매장, 한인마트 그리고 온라인 매장에서 조사됨. 오프라인 및 온라인 매장에서 조사된 경쟁제품을 매장 유형별로 구분하여 가격을 비교해본 결과, 대형유통매장인 오상(Auchan), 코옵엑스트라(Coop Xtra)에서 조사된 경쟁제품 4개의 100g당 평균 가격은 17,606동(914원)임. 한인마트인 스카이마트(Sky Mart)와 케이마켓(K Market)에서 조사된 제품 6개의 100g당 평균 가격은 24,939동(1,294원)이며, 온라인 매장인 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 티키(Tiki)에서 판매 중인 제품 5개의 100g당 평균 가격은 30,901동(1,604원)임. 온라인 매장에서 판매중인 제품의 100g당 평균 가격이 가장 높으며, 대형유통매장에서 판매되고 있는 제품의 100g당 평균 가격이 가장 낮게 책정되어 있는 것으로 확인됨

#### ▶ 포지셔닝 ② 경쟁제품 종류별 가격 비교

베트남 오프라인 및 온라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개는 삼계탕 제품과 닭죽, 삼계탕과 유사제품인 치킨스튜 제품으로 구분됨. 경쟁제품을 삼계탕, 닭죽, 치킨스튜의 3가지로 구분하여 가격을 비교해본 결과, 삼계탕 제품 6개의 100g당 평균 가격은 30,414동(1,578원)이며, 닭죽 제품 7개의 100g당 평균 가격은 20,113동(1,044원), 치킨스튜 제품 2개의 100g당 평균 가격은 25,575동(1,327원)인 것으로 확인됨. 삼계탕 제품의 100g당 평균 가격이 가장 높으며, 닭죽 제품의 100g당 평균 가격이 가장 낮게 책정되어 있는 것으로 확인됨

[표 1.3] 베트남 삼계탕 경쟁제품 시장 포지셔닝



자료 : 베트남 삼계탕 경쟁제품 15개 제품 분석 결과

#### 4. 베트남 삼계탕 입점 매장 및 경쟁제품 정보

##### 호치민(Hồ Chí Minh)<sup>2)</sup>

인구('18)	859만 8,700명
지역 총생산('17)(55조 400억 7,420만 원)	1,060조 6,180억 동
면적	2,095 제곱킬로미터

##### ▶ 베트남 호치민시 7군, 방문지역으로 선정

베트남의 수도 하노이를 포함한 중앙 직할시 5개 중 하나의 도시이자 경제 중심지인 호치민시(Hồ Chí Minh)의 중심에서 남쪽에 위치한 7군을 방문지역으로 선정함. 호치민시는 1976년까지 사이공이라는 명칭을 가지고 남베트남공화국의 수도였던 도시이며 현재까지 베트남의 경제 중심지의 역할을 하는 도시임. 7군은 호치민시의 19개의 군중 하나로 베트남 내에서 외국인들이 가장 많이 살고 있으며 많은 국제학교, 고급 주택, 쇼핑몰이 많은 지역임. 호치민시는 프랑스 식민지 시절 프랑스가 설계한 계획도시이자 프랑스에 의해 발전한 도시이기 때문에 프랑스풍의 건축물이 많이 남아 있어 동아시아의 진주, 동양의 파리 등으로 불리며 많은 관광객들의 유입이 많음

##### ▶ 베트남 대형유통매장, 한인마트 총 4곳 방문, 베트남 온라인 매장 3곳 조사, 경쟁제품 총 15개 선정

베트남 호치민시 7군에 위치한 대형유통매장 2곳과, 한인마트 2곳을 방문함. 방문한 대형유통매장 코옵엑스트라(Coop Xtra)는 2018년 베트남 하이퍼마켓 점유율이 6.2%로 4위인 매장이며, 주요 방문객은 인근에 거주하는 지역 주민들과 외국인임. 이외 7군의 대형 쇼핑몰인 크레센트몰(Crescent Mall) 지하에 위치한 슈퍼마켓 오상(Auchan)과 한인마트 스카이마트(Sky Mart)와 케이마켓(K Market)을 방문함. 방문한 4곳의 매장은 모두 저가형 쇼핑몰이며, 7군 한인타운에 위치해 있는 매장으로 한인 소비자가 많이 찾는 매장들임. 대형유통매장, 한인마트 외에 베트남 온라인 매장 3곳을 조사함. 조사한 온라인 매장 라자다(Lazada), 티키(Tiki), 쇼피(Shopee)는 2018년 베트남 온라인 쇼핑몰 시장점유율 각각 6.2%, 6.0%, 5.7%로 2,3,4위인 온라인 매장임.

대형유통매장 2곳에서 삼계탕 경쟁제품 4개, 한인마트에서 판매되고 있는 경쟁제품 6개, 온라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 5개, 총 15개의 삼계탕 경쟁제품을 선정함

2) 자료: 베트남 통계청 홈페이지 (www.gso.gov.vn)

[표 1.5] 방문 매장 및 지역 특징



자료 : Google Maps

### Shop ① 코옵엑스트라(Coop Xtra)

- 매장 정보**
- 유형 : 하이퍼마켓
  - 매장 주변 특징 : 한인타운의 대로변에 위치해 있으며, 대형 쇼핑센터인 에스씨 비보시티(SC Vivocity) 내에 입점해 있는 매장임. 주변에 편의점이나 슈퍼마켓이 없어 한인들이 많이 찾는 베트남의 대형마트임
  - 판매 제품 특징 : 한국 제품, 일본 제품 등 소비자들에게 인기가 많은 수입산 제품들이 많음. 자체 브랜드 제품 또한 취급함
  - 주요 소비층 : 지역주민

<p><b>브랜드 기본 정보</b></p>			<p>코옵엑스트라는 현지기업 사이공 코옵(Saigon Co-op)이 보유한 베트남의 하이퍼마켓 체인임. 사이공 코옵이 보유한 대형유통매장 중 코옵 마트(Co-op Mart)는 2018년 베트남 슈퍼마켓 시장점유율 53.5%로 압도적인 1위를 차지하고 있는 슈퍼마켓 체인임. 현지 인지도가 매우 높은 편이며 가족 단위의 손님들로 늘 붐비는 매장임</p>
	<p>조사 제품 : 2개</p>		
<p><b>매장 정보</b></p>			
	<p>위치</p>	<p>도시(지역)</p>	<p>베트남 호치민시 7군</p>
	<p>상세주소</p>	<p>SC VivoCity, 1058 Nguyen Van Linh, Tan Phong, Dist.7, Ho Chi Minh</p>	
<p><b>삼계탕 매대 모습</b></p>	<p>삼계탕 판매 매대 전경</p>		
			
<p><b>삼계탕 판매 정보</b></p>	<p>삼계탕 판매 제품 정보</p>		
			
	<p>차오릿가 (비폰)</p>	<p>차오릿가 (사이공 코옵)</p>	

사진자료: 코옵엑스트라 홈페이지, 구글맵스



제품명	차오릿가 (Cháo Thịt Gà)	제품 종류	닭죽
제조사	비폰 (Vifon)	용량(g)	70
원산지	베트남	유통기한	21개월
가격	7,100동 (368원)	포장 형태	플라스틱 파우치
인증	HVNCLC 인증		
조리 방법	1. 그릇에 내용물을 옮겨 담는다 2. 뜨거운 물 350ml를 붓고 3분 동안 뚜껑을 덮어준다 3. 동봉된 닭고기 양념을 넣고 잘 저어준 뒤 먹는다		
홍보 문구 (효능)	인공 색소 등의 첨가물을 사용하지 않는		
주요 원료 및 첨가물	죽: 쌀 60%, 양념 후레이크: 소금, 조미료, 정제설탕, 파, 자색양파, 후추, 강황, 산도조절제, 닭고기 양념: 닭고기 12%, 물, 돼지기름, 자색양파, 마늘, 간장, 소금, 정제설탕, 조미료, 팜유, 생강, 후추, 고수향, 천연색소, 향산화제		



제품명	차오릿가 (Cháo Thịt Gà)	제품 종류	닭죽
제조사	사이공 코옵 (Saigon Co-op)	용량(g)	65
원산지	베트남	유통기한	12개월
가격	5,500동 (285원)	포장 형태	플라스틱 파우치
조리 방법	1. 그릇에 내용물을 옮겨 담는다 2. 뜨거운 물 300ml를 붓고 3분 동안 뚜껑을 덮어준다 3. 동봉된 닭고기 양념을 넣고 잘 저어준 뒤 먹는다		
주요 원료 및 첨가물	쌀 58%, 닭고기 12%, 돼지기름, 소금, 조미료 (621, 627, 631), 팜유, 정제설탕, 간장, 자색양파, 파, 생강, 강황, 고수향, 산도조절제, 천연색소		

## Shop ② 오상(Auchan)

### 매장 정보

- 유형 : 슈퍼마켓
- 매장 주변 특징 :  
쇼핑센터  
크레센트몰(Crescent Mall)내에 입점해 있는 매장임. 크레센트몰 바로 옆에는 고급 아파트가 있어 소비력이 강한 현지인 혹은 외국인들이 많이 거주하는 지역임
- 판매 제품 특징 :  
다양한 수입산 제품 취급
- 주요 소비층 :  
지역주민

### 브랜드 기본 정보



오상은 1961년에 설립된 프랑스 크로아(Croix)에 본사를 두고있는 프랑스계 슈퍼마켓 체인임. 프랑스, 스페인, 포르투갈, 중국 및 대만 등 전 세계에 약 4천개의 매장을 보유하고 있음. 2019년에 사이공 코음이 베트남 내의 오상 매장에 대한 경영권을 인수하여 현재는 사이공 코음이 운영을 맡고 있음. 깔끔하고 고급스러운 인테리어를 자랑하며 브랜드 자체의 인지도는 아직 높지 않지만 위치상 매장을 찾는 손님은 많은 편임

조사 제품 : 2개

### 매장 정보



도시(지역)	베트남 호치민시 7군
위치	B1 Fl, Crescent mall, Dist.7, Ho Chi Minh
상세주소	

### 삼계탕 매대 모습



### 삼계탕 판매 제품 정보

### 삼계탕 판매 정보



차오가 (아스작 푸드)



차오뚜오이 (사이공 푸드)

사진자료: 오상 홈페이지



제품명	차오가 (Cháo Gà)	제품 종류	닭죽
제조사	아스작 푸드 (Asuzac Foods Co., Ltd)	용량(g)	36
원산지	일본	유통기한	16개월
가격	15,700동 (815원)	포장 형태	플라스틱 용기
조리 방법	1. 스프를 용기 안에 넣는다 2. 250ml의 물을 붓고 3분 후에 잘 저어서 먹는다		
주요 원료 및 첨가물	죽(83%), 치킨 페이스트(5.2%), 닭고기(2.6%), 양배추, 당근, 마디풀, 감미료(소금, 설탕, 고기 시즈닝, 후추, 아미노타이드)		



제품명	차오푸오이 (Cháo tươi)	제품 종류	닭죽
제조사	사이공 푸드 (Saigon Food)	용량(g)	240
원산지	베트남	유통기한	12개월
가격	19,700동 (1,022원)	포장 형태	플라스틱 파우치
인증	HVNCLC 인증		
조리 방법	• 내용물을 그릇에 옮긴 뒤 전자레인지에 1-2분 데워 먹는다		
홍보 문구 (효능)	충분한 영양 섭취를 위한, 단백질, 섬유질, 필수 비타민 함유		
주요 원료 및 첨가물	닭 육수, 닭고기 10.5%, 쌀 7.5%, 당근 2%, 식용유, 파, 식품첨가물, 섬유질, 정제설탕, 소금, 비타민 B1, B6, B9		

### Shop ③ 스카이마트(Sky Mart)

- 매장 정보**
- 유형 : 한인마트
  - 매장 주변 특징 : 7군의 해피밸리 아파트의 상가에 위치해 있음. 주변의 한인마트에 비해 규모가 큰 편이라 많은 손님들이 찾는 매장임
  - 판매 제품 특징 : 타 한인마트에 비해 현지제품 수가 적은 편임. 한국제품을 저렴하게 판매하는 것이 특징
  - 주요 소비층 : 지역주민(한인)

<p><b>브랜드 기본 정보</b></p>	 <p>스카이마트는 호치민시의 한인타운 내에 위치해 있는 한인마트임 베트남 내에 많은 점포를 가지고 있으며 한인들에게 잘 알려진 마트중 하나로 많은 한인 소비자들이 찾는 브랜드임 자체 물류 창고를 운영하여 한국 제품들을 타 한인마트 보다 저렴하게 판매하는 것이 특징임</p>
<p><b>매장 정보</b></p>	<p>조사 제품 : 3개</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p>도시(지역) : 베트남 호치민시 7군</p> <p>위치 : GF-2F, 840 Happy Valley, Dist.7, Ho Chi Minh</p> <p>상세주소 : </p>
<p><b>삼계탕 매대 모습</b></p>	<p>삼계탕 판매 매대 전경</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
<p><b>삼계탕 판매 정보</b></p>	<p>삼계탕 판매 제품 정보</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">    </div> <p>고려 삼계탕 (B사)</p> <p>삼계탕 먹는 날 (C사)</p> <p>양반 영양닭죽 (H사)</p>

사진자료: 스카이마트 페이스북 페이지



제품명	고려 삼계탕	제품 종류	삼계탕
제조사	B사	용량(g)	800
원산지	한국	포장 형태	플라스틱 파우치
가격	200,000동 (10,380원)		
조리 방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>끓는 물에 15분간 중탕으로 데워서 먹는다,</li> <li>내용물을 냄비에 부은 후 뚜껑을 닫고 강한 불에 10분간 데워서 먹는다</li> </ul>		
홍보 문구 (효능)	기운이여 솟아나라!, 보양식으로 딱!		
주요 원료 및 첨가물	정제수, 닭(국산) 45%, 찹쌀(국산), 마늘(중국산), 수삼(국산) 0.3%, 정제소금, 삼계탕엑기스(치킨추출액 3호(닭고기(국산) 75%) 24%, 치킨육수분말(치킨추출물(치킨육수엑기스(치킨엑기스(닭뼈:국산 35%) 95%) 50%) 41.71%) 7%, 설탕, 향미증진제		



제품명	삼계탕 먹는 날	제품 종류	삼계탕
제조사	C사	용량(g)	850
원산지	한국	포장 형태	플라스틱 파우치
가격	214,000동 (11,107원)	인증	HACCP 인증
조리 방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>끓는 물에 8-10분간 중탕으로 데워서 먹는다</li> <li>내용물을 냄비에 부은 후 물(100ml)을 넣고 8-10분간 끓여서 먹는다</li> <li>내용물을 그릇에 옮겨 담은 후 7-8분간 데워서 먹는다</li> </ul>		
홍보 문구 (효능)	국내산 닭과 인삼 등의 엄선된 재료만을 사용하여 맛과 영양이 풍부합니다		
주요 원료 및 첨가물	닭고기(국산) 47.06%, 정제수, 찹쌀(국산), 마늘(국산), 인삼(국산) 0.59%, 대추(국산), 정제소금, 삼계탕 베이스분말(L-글루타민산나트륨(향미증진제), 조미후추분		



제품명	양반 영양닭죽	제품 종류	닭죽
제조사	H사	용량(g)	285
원산지	한국	포장 형태	플라스틱 용기
가격	72,000동 (3,737원)		
조리 방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 덮개를 제거한 후 전자레인지에 3분 동안 데워서 먹는다</li> </ul>		
홍보 문구 (효능)	건강한 보양 한그릇		
주요 원료 및 첨가물	정제수, 닭고기 13.5%(국산), 쌀 10.77% {참쌀 60%, 멥쌀 40%(국산)}, 양파(국산), 삼계탕육수농축액 1.89%(닭고기(국산), L-글루탐산나트륨(향미증진제)), 당근, 애호박, 인삼 0.83%(국산), 조개야채엑기스, 정제소금, 후추		

### Shop ④ 케이마켓(K Market)

<p><b>매장 정보</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 유형 : 한인마트</li> <li>· 매장 주변 특징 : 고급 아파트 단지가 있는 지역에 위치해 있음. 한인뿐만 아니라 현지인들에게도 인기 있는 매장임</li> <li>· 판매 제품 특징 : 한국 수입산 제품, 한인들이 많이 찾는 베트남 제품들을 두루 판매함. 여행객들의 기념품도 판매함</li> <li>· 주요 소비층 : 지역주민(한인, 현지인)</li> </ul>	<p><b>브랜드 기본 정보</b></p>	 <p>케이마켓은 호치민시 한인타운 내에 위치해 있는 한인마트임. 한인타운 내에서도 고급 아파트 단지 상가에 위치해 있으며, 한인들만큼 현지인들도 많이 찾는 한인마트임. 한국 제품, 베트남 제품들을 두루 판매하며 베트남 내에서 입지가 있는 한인마트 브랜드임</p>				
	<p><b>매장 정보</b></p>	<p>조사 제품 : 3개</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p><b>위치</b></p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;"><b>도시(지역)</b></td> <td>베트남 호치민시 7군</td> </tr> <tr> <td><b>상세주소</b></td> <td>163 Nguyen Duc Canh, Tan Phong, Dist.7, Ho Chi Minh</td> </tr> </table>	<b>도시(지역)</b>	베트남 호치민시 7군	<b>상세주소</b>	163 Nguyen Duc Canh, Tan Phong, Dist.7, Ho Chi Minh
<b>도시(지역)</b>	베트남 호치민시 7군					
<b>상세주소</b>	163 Nguyen Duc Canh, Tan Phong, Dist.7, Ho Chi Minh					
<p><b>삼계탕 매대 모습</b></p>	<p><b>삼계탕 판매 매대 전경</b></p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>					
<p><b>삼계탕 판매 정보</b></p>	<p><b>삼계탕 판매 제품 정보</b></p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>골드 삼계탕 (D사)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>궁중 삼계탕 (E사)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>비비고 녹두담죽 (I사)</p> </div> </div>					

사진자료: 케이마켓 페이스북 페이지, 구글맵스



제품명	골드 삼계탕	제품 종류	삼계탕
제조사	D사	용량(g)	800
원산지	한국	포장 형태	플라스틱 파우치
가격	220,000동 (11,418원)		
조리 방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>끓는 물에 봉지째 넣고 9-10분간 데워서 먹는다</li> <li>그릇에 내용물을 부은 후 전자레인지에 8분간 데워서 먹는다</li> </ul>		
홍보 문구 (효능)	닭 한 마리와 인삼과 대추, 밤 등이 들어간 한국 전통적인 식사		
주요 원료 및 첨가물	닭고기(국내산) 50%, 정제수, 찹쌀(국내산), 수삼(국내산) 1.4%, 밤(국내산), 양파(국내산), 치킨분엑기스, 정제소금, 대추(국내산), 미늘(국내산), 생강(국내산), 황기(국내산) 0.16%, L-글루탐산나트륨		

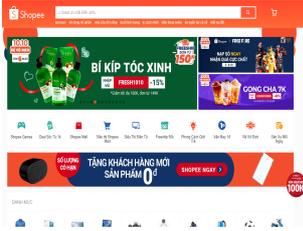
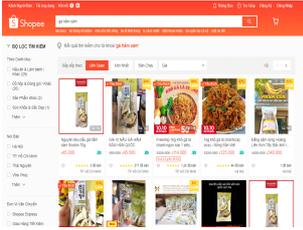


제품명	궁중 삼계탕	제품 종류	삼계탕
제조사	E사	용량(g)	800
원산지	한국	포장 형태	플라스틱 파우치
가격	210,000동 (10,899원)		
조리 방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>끓는 물에 봉지째 넣고 15-20분간 데워서 먹는다</li> <li>그릇에 내용물을 부은 후 전자레인지에 8-9분간 데워서 먹는다</li> </ul>		
홍보 문구 (효능)	국내산 닭과 수삼, 찹쌀, 미늘, 천일염을 넣어 담백합니다.		
주요 원료 및 첨가물	닭고기(국산) 44.76%, 삼계탕용육수[고형분함량 2.4%/정제수, 닭발(국산), 양파(국산), 미늘(국산), 천일염(국산), 무(국산), 생강(국산)] 49.62%, 찹쌀(국산), 수삼(국산) 1.09%, 대추(국산)		

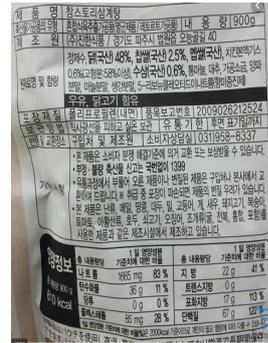


제품명	비비고 녹두닭죽	제품 종류	닭죽
제조사	이사	용량(g)	450
원산지	한국	포장 형태	플라스틱 파우치
가격	92,000동 (4,775원)	인증	HACCP 인증
조리 방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 파우치 상단 개봉 후 봉지째 그대로 2-3분간 데워서 먹는다</li> <li>• 끓는 물에 봉지째 넣고 10분간 데워서 먹는다</li> </ul>		
홍보 문구 (효능)	<p>바쁜 아침 든든한 시작을 위해, 기운이 없을 때 몸과 마음을 편안하게, 간식이나 야식이 필요할 때 부담 없이 간편하게</p>		
주요 원료 및 첨가물	<p>닭가슴살후레이크[닭고기(가슴살/국내산), 혼합제제(변성전분, 분당), 혼합제제(폴리인산나트륨, 피로인산나트륨, 메타인산나트륨), 정제소금(국산), 멥쌀(국산), 녹두(미국산), 찹쌀, 치킨엑기스(닭고기:국산), 치킨본엑기스300(계전골:국산), 야채육수분말, 혼합제제(변성전분, 말토덱스트린), 복합조미식품A, 복합조미식품B, 파엑기스, 마늘조미액, 효모식품, 향미증진제</p>		

## Shop ⑤ 쇼피(Shopee)

<p><b>매장 정보</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 유형 : 온라인 쇼핑몰</li> <li>· 판매 제품 특징 : 식품뿐만 아니라 생활용품, 가전제품 등의 다양한 제품들을 판매함</li> <li>· 주요 소비층 : 현지인</li> </ul>	<p><b>브랜드 기본 정보</b></p>	 <p>쇼피는 2009년에 설립된 싱가포르계의 전자 상거래 플랫폼임. 싱가포르에서 처음 시작하여 현재는 말레이시아, 태국, 대만, 인도네시아 등에 진출해 있으며 동남아시아 내에서 온라인으로 제품을 사고 팔수 있게 해줌. 2018년 베트남 온라인 쇼핑몰 시장점유율 5.7%로 4위인 온라인 쇼핑몰임</p>	
<p><b>매장 정보</b></p>	<p>조사 제품 : 3개</p>		
<p><b>홈페이지 주소</b></p>		<p>www.shopee.vn</p>	
<p><b>삼계탕 판매 페이지 모습</b></p>		<p>삼계탕 판매 페이지 모습</p>	
<p><b>삼계탕 판매 페이지 모습</b></p>			
<p><b>삼계탕 판매 정보</b></p>		<p>삼계탕 판매 제품 정보</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="715 1496 869 1688">  </div> <div data-bbox="962 1496 1117 1688">  </div> <div data-bbox="1198 1541 1377 1644">  </div> </div>	
	<p>참스토리 삼계탕 (F사)</p>	<p>찬마루 삼계탕 (G사)</p>	<p>가약함년쌈 (떡 뺨 바오롱)</p>

사진자료: 쇼피 홈페이지



제품명	참스타리 삼계탕	제품 종류	삼계탕
제조사	F사	용량(g)	900
원산지	한국	포장 형태	플라스틱 파우치
가격	185,000동 (9,602원)	인증	HACCP 인증
조리 방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>끓는 물에 봉지째 넣고 9-10분간 데워서 먹는다</li> <li>그릇에 내용물을 부은 후 전자레인지에 8분간 데워서 먹는다</li> </ul>		
홍보 문구 (효능)	한국인들이 여름에 먹는 건강식		
주요 원료 및 첨가물	정제수, 닭(국산) 48%, 찹쌀(국산) 2.5%, 멥쌀(국산), 치킨본엑기스 0.6%(고형분:58%이상), 수삼(국산) 0.6%, 통마늘, 대추, 가공소금, 양파분말, 미늘분말, 생강분말, 5-리보뉴클레오티드나트륨(향미증진제)		



제품명	찬마루 삼계탕	제품 종류	삼계탕
제조사	G사	용량(g)	1,000
원산지	한국	포장 형태	플라스틱 파우치
가격	580,000동 (30,102원)		
조리 방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>끓는 물에 봉지째 넣고 15-20분간 데워서 먹는다</li> <li>내용물을 그릇에 옮겨 담은후 전자레인지에 8-9분간 데워서 먹는다</li> <li>냄비에 내용물을 부은 후 뚜껑을 닫고 강불에서 10분간 끓여서 먹는다</li> </ul>		
홍보 문구 (효능)	오랜 시간 푹 끓여 맛있는 국, 건강한 원료		
주요 원료 및 첨가물	닭고기 50%(국산), 정제수, 찹쌀 4.0%(국산), 밤 0.89%(국산), 수삼 0.71%(국산), 대추, 마늘, 혼합제제(변성전분, 말토덱스트린), 정제염, 양파, 생강, 조미베이스, 혼합제제(효모추출물, 말토덱스트린), 효모추출물, 치킨엑기스 0.04%, 삼계탕 베이스 분말 0.04%, 인삼분말 0.03%(국산)		



제품명	가약함낸삼 (Gà ác hầm nhân sâm)	제품 종류	치킨 스투
제조사	떡 뵘 바오롱 (Thuc Pham Bao Long)	용량(g)	400
원산지	베트남	포장 형태	캔
가격	135,000동 (7,007원)		
조리 방법	기호에 따라 바로 먹거나 데워서 먹는다		
홍보 문구 (효능)	여성의 신체 건강, 쇠약하고 아픈 사람들을 위한, 저혈압에 도움, 뼈를 치유하고 근육의 내구성을 높여줌		
주요 원료 및 첨가물	오골계 1마리, 인삼 2.5%, 마, 울무, 대추, 쌀, 연자육		





제품명	차오안잠 (Cháo Ăn Dặm)	제품 종류	닭죽
제조사	시마야 (Shimaya)	용량(g)	250
원산지	일본	포장 형태	플라스틱 파우치
가격	62,000동 (3,218원)		
조리 방법	전자레인지에 데워서 먹는다		
홍보 문구 (효능)	야마구치현 토종닭으로 만든 죽		
주요 원료 및 첨가물	쌀, 계란, 닭고기, 닭 껍질 스프, 전분, 닭고기 추출물, 식물성 추출물, 소금, 단백질 가수 분해물, 표고버섯 추출물 분말, 다시마 분말, 조미료(아미노산 등)		

## Shop ⑦ 티키(Tiki)

### 매장 정보

- 유형 : 온라인 쇼핑몰
- 판매 제품 특징 : 식품뿐만 아니라 생활용품, 가전제품 등의 다양한 제품들을 판매함
- 주요 소비자층 : 현지인

### 브랜드 기본 정보



티키는 2010년에 설립되었으며 호치민에 본사를 두고있는 베트남계의 전자 상거래 플랫폼임. 설립된 이후로 빠르게 성장하여 2018년 베트남 온라인 쇼핑몰 시장점유율 6.0%로 3위를 차지하였음

### 조사 제품 : 1개

### 매장 정보

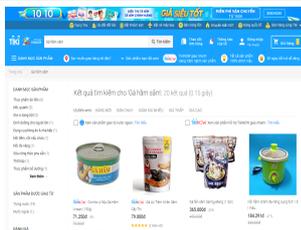


홈페이지 주소

www.tiki.vn

### 삼계탕 판매 페이지 모습

### 삼계탕 판매 페이지 모습



### 삼계탕 판매 정보

### 삼계탕 판매 제품 정보



가얏띠엠 (케이띠)

사진자료: 티키 홈페이지



제품명	가악띠엠 (Gà Ác Tiêm)	제품 종류	치킨 스튜
제조사	케이띠 (Cây Thi)	용량(g)	454
원산지	베트남	유통기한	12개월
가격	79,000동 (4,100원)	포장 형태	플라스틱 파우치
조리 방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품을 봉지째 끓는 물에 3-5분간 데워서 먹는다</li> <li>• 그릇에 내용물을 부은 후 1-2분간 전자레인지에 데워서 먹는다</li> </ul>		
홍보 문구 (효능)	지양 강장 효과, 혈액 순환, 빈혈, 심장병 퇴치, 기억력 향상 등에 도움		
주요 원료 및 첨가물	오골계(30%), 인삼(2%), 연어오일, 참기름, 소금, 설탕		

## II. Competitor

### SUMMARY

1. 베트남 삼계탕 경쟁 기업 포지셔닝
2. 베트남 삼계탕 경쟁 기업 현황
3. 베트남 삼계탕 경쟁 기업 분석

# Competitor

(경쟁기업)

## 베트남 (VIETNAM)

### 삼계탕 경쟁기업 선정 및 포지셔닝

**경쟁사 선정**

- 경쟁제품 선정 기업체

**경쟁사 분류**

- 제조사 국적
- 생산지

**경쟁사 포지셔닝**

- X축 : 국적 및 생산지
- Y축 : 동일품목 수



## 베트남 (VIETNAM)

### 삼계탕 경쟁기업 분석

구분	제조사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일품목 수 <sup>3)</sup>
베트남 국적 베트남 생산	케이띠 (CÔNG TY TNHH CÂY THỊ)	· 온라인 매장	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 전통 방식으로 만든</li> <li>· 인삼을 곁들인 영계</li> <li>· 면역력 강화, 노화방지</li> <li>· 혈액 순환, 빈혈 및 심장병 퇴치</li> <li>· 스트레스 해소</li> </ul>	5개
	떡빔 바오롱 (THỰC PHẨM BẢO LONG)	· 온라인 매장	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 쇠약하고 아픈 사람들을 위한</li> <li>· 여성의 신체 건강을 위한</li> <li>· 필수 아미노산이 함유된</li> </ul>	8개
일본 국적 일본 생산	아스작 푸드 (Asuzac Foods Co., Ltd)	· 오프라인 매장	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 일본의 첨단 기술로 만든 제품</li> <li>· 풍미와 영양을 그대로 보존한</li> <li>· 방부제와 인공향료를 사용하지 않은</li> <li>· 어린이부터 노인까지 즐길 수 있는</li> <li>· 기운이여 솟아나라!</li> </ul>	1개
한국 국적 한국 생산	B사	· 오프라인 매장	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 보양식으로 딱!</li> <li>· 언제 어디서나 간편하게</li> <li>· 엄마의 손맛을 느끼고 싶을 때</li> </ul>	4개
	C사	· 오프라인 매장 · 온라인 매장	(-)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 건조된 인삼, 마늘을 곁들인 영계</li> <li>· 여름철 건강을 위한 요리</li> <li>· 고단백질의 닭고기로 만든</li> <li>· 에너지를 채워주는</li> </ul>	2개
	I사	· 오프라인 매장	· 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 바쁜 아침 든든한 시작을 위해</li> <li>· 간식이나 야식으로 먹을 수 있는</li> <li>· 언제 어디서나 간편하게</li> <li>· 인공색소, 인공향신료 무첨가</li> </ul>	4개

(\*) 현지 판매 삼계탕 경쟁기업 6개사 분석

3) 경쟁기업이 취급하고 있는 삼계탕 동일품목 개수를 조사함

## 1. 베트남 삼계탕 경쟁기업 포지셔닝

### ▶ 한국기업 3개사, 일본기업 1개사, 베트남기업 2개사 대표 경쟁기업으로 선정

베트남 오프라인 및 온라인 시장에 진출한 경쟁기업 15개 중 한국기업인 B사, C사, I사와 일본기업인 아스작 푸드(Asuzac Foods Co., Ltd)를 대표 글로벌 경쟁 기업으로 선정하였음. 이외, 베트남 기업 5개사 중 치킨스튜 제품을 제조하며 온라인 매장에서 조사된 케이띠(CÔNG TY TNHH CÂY THÌ)와 떡 뽕 바오롱(THỰC PHẨM BẢO LONG)을 대표 경쟁기업으로 선정함

### ▶ 경쟁기업 국적과 생산지 위치 동일

경쟁기업의 국적과 생산지 위치를 조사한 결과, 6개사의 국적과 생산지가 각각 동일한 것으로 확인됨. 대표 베트남기업 2개사는 베트남 호치민시(Hồ Chí Minh)에 생산 공장을 운영하고 있음. 한국기업과 일본기업은 각각 한국, 일본에서 제품을 생산하여 베트남에 판매하고 있는 것으로 확인됨

### ▶ 경쟁기업 6개사, 삼계탕 동일품목 종류 조사

베트남에 진출한 경쟁기업 6개사가 판매하고 있는 삼계탕 경쟁제품 종류와 수를 조사한 결과, 베트남기업인 떡 뽕 바오롱이 판매하고 있는 동일품목 수가 8개로 가장 많았으며, 그 다음으로는 케이띠가 5개로 다양한 종류의 경쟁제품을 판매하고 있음. 이외 한국기업 B사와 I사는 4개, C사는 2개 일본기업인 아스작 푸드가 1개 종류의 동일품목을 판매하고 있는 것으로 확인됨

[표 2.1] 베트남 삼계탕 경쟁기업 포지셔닝

경쟁사	기업 국적	생산지	동일품목 개수
케이띠 (CÔNG TY TNHH CÂY THÌ)	베트남	베트남	5개
떡 뽕 바오롱 (THỰC PHẨM BẢO LONG)	베트남	베트남	8개
아스작 푸드 (Asuzac Foods Co., Ltd)	일본	일본	1개
B사	한국	한국	4개
C사	한국	한국	2개
I사	한국	한국	4개

(\*)자료 : 베트남 진출 삼계탕 제조기업 6개사 분석 결과

## 2. 베트남 삼계탕 경쟁기업 현황

### ▶ 경쟁기업 6개사 중 1개사, 오프라인 및 온라인 채널 모두 진출

오프라인 매장에서 조사된 경쟁기업 6개사 중 한국기업 C사만이 베트남 오프라인 매장과 온라인 매장에 모두 진출한 것으로 확인됨. 진출한 오프라인 매장으로는 스카이마트(Sky Mart)이며 온라인 채널은 2018년 베트남 온라인 쇼핑몰 시장점유율 5.7%로 4위인 쇼피(Shopee)임. 나머지 5개사 중 2개사는 온라인 매장에 진출해 있으며, 3개사는 오프라인 매장에 진출한 것이 확인됨. 진출한 온라인 매장으로는 2018년 베트남 온라인 쇼핑몰 시장점유율 6.0%로 3위인 티키(Tiki)와 쇼피가 있으며, 오프라인으로는 슈퍼마켓인 오상(Auchan)과 한인마트인 스카이마트, 케이마켓(K Market)에 진출한 것으로 조사됨



자사 홈페이지 내에 베트남어 서비스를 제공하는 예시

사진자료: B사 홈페이지

### ▶ 경쟁기업 6개사 중 5개사, 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 활용한 홍보

베트남 시장에 진출한 경쟁기업 6개사 중 베트남 시장을 겨냥한 홍보 채널이 확인되지 않은 C사를 제외한 5개사는 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 활용하여 브랜드와 제품을 홍보하고 있음. 일본기업 아스작 푸드와 한국기업 B사의 경우 자사 홈페이지에 베트남어 서비스를 제공하며 회사 소개, 제품 소개 등 다양한 마케팅을 진행하고 있음. 한국기업 I사의 경우 자사 홈페이지 외 SNS 플랫폼인 페이스북(Facebook) 내에 베트남 시장 홍보용 페이지를 운영하여 경쟁제품의 정보와 제품 홍보 미디어를 공유하고 있는 것으로 확인됨

### ▶ 경쟁제품의 ‘효능’ 또는 ‘원료’를 강조한 홍보 문구 활용

경쟁기업들은 주로 효능이 뛰어난 제품이라는 점을 강조하여 경쟁제품을 홍보하고 있음. 베트남기업 케이씨는 ‘심장병 예방’, ‘면역력 강화’, 한국기업 B사는 ‘기운이여, 솟아나라!’ 등의 문구를 사용하여 홍보함. 이외, 경쟁기업들은 ‘엄선된 영계와 재료’ 또는 ‘인삼이 들어간’, ‘인공첨가물이 없는’ 등의 문구를 활용하여 제품의 원료를 강조하여 홍보하고 있음

[표 2.2] 베트남 삼계탕 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
케이띠	• 온라인 매장 - 티키	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자사 홈페이지</li> <li>• SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 트위터</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전통 방식으로 만든</li> <li>• 인삼을 곁들인 영계</li> <li>• 면역력 강화, 노화방지</li> <li>• 혈액 순환, 빈혈 및 심장병 퇴치</li> </ul>
떡 뵘 바오롱	• 온라인 매장 - 쇼피	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자사 홈페이지</li> <li>• SNS 플랫폼 - 페이스북 - 유튜브</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 스트레스 해소</li> <li>• 쇠약하고 아픈 사람들을 위한</li> <li>• 여성의 신체 건강을 위한</li> <li>• 필수 아미노산이 함유된</li> </ul>
아스작 푸드	• 오프라인 매장 - 오상	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자사 홈페이지 - 베트남어 서비스</li> <li>• SNS 플랫폼 - 페이스북 - 유튜브</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본의 첨단 기술로 만든 제품</li> <li>• 풍미와 영양을 그대로 보존한</li> <li>• 방부제와 인공향료를 사용하지 않은</li> <li>• 어린이부터 노인까지 즐길 수 있는</li> </ul>
B사	• 오프라인 매장 - 스카이마트	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자사 홈페이지 - 베트남어 서비스</li> <li>• SNS 플랫폼 - 페이스북 - 유튜브</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기운이여 솟아나라!</li> <li>• 보양식으로 떡!</li> <li>• 언제 어디서나 간편하게</li> <li>• 엄마의 손맛을 느끼고 싶을 때</li> </ul>
C사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 오프라인 매장 - 스카이마트</li> <li>• 온라인 매장 - 쇼피</li> </ul>	(-)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 건조된 인삼, 마늘을 곁들인 영계</li> <li>• 여름철 건강을 위한 요리</li> <li>• 고단백질의 닭고기로 만든</li> <li>• 에너지를 채워주는</li> </ul>
I사	• 오프라인 매장 - 케이마켓	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자사 홈페이지 - 영어 서비스</li> <li>• SNS 플랫폼 - 페이스북(베트남) - 유튜브</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 바쁜 아침 든든한 시작을 위해</li> <li>• 간식이나 야식으로 먹을 수 있는</li> <li>• 언제 어디서나 간편하게</li> <li>• 인공색소, 인공향신료 무첨가</li> </ul>

자료 : 베트남 진출 삼계탕 경쟁기업 6개사 분석 결과

### 3. 베트남 삼계탕 경쟁기업 분석

#### ① 케이띠(CÔNG TY TNHH CÂY THÌ)

##### 동일품목 종류

①가약띠엠 동트렁하싸오  
(동충하초가 들어간 오골계탕)



② 가약띠엠 응우비  
(다섯가지 향신료가 추가된 오골계탕)



③가약띠엠  
(인삼이 들어간 오골계탕)



④ 차오가약 따우산  
(녹두가 들어간 닭고기죽)



⑤차오뚜오이 가약 따우산  
(녹두가 들어간 닭고기죽)



자료: 케이띠 홈페이지

기업명	케이띠(CÔNG TY TNHH CÂY THÌ)									
홈페이지	www.caythi.com									
기업 기본 정보	위치	Lô II-1 Đường Số 1, Phường 15, Tân Phú, Hồ Chí Minh								
	동일품목 개수	5개								
	규모									
	설립년도	1998년								
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 티키	<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>가약띠엠 (Gà Ấc Tiêm)</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>454g</td> </tr> <tr> <td>가격</td> <td>79,000동 (4,100원)</td> </tr> <tr> <td>주요 원료</td> <td>오골계, 인삼</td> </tr> </table>	제품명	가약띠엠 (Gà Ấc Tiêm)	용량	454g	가격	79,000동 (4,100원)	주요 원료	오골계, 인삼
제품명	가약띠엠 (Gà Ấc Tiêm)									
용량	454g									
가격	79,000동 (4,100원)									
주요 원료	오골계, 인삼									
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>기업 및 제품 소개, 홍보</li> <li>SNS 플랫폼(페이스북, 인스타그램, 트위터)</li> <li>기업 및 제품 홍보 미디어 공유</li> </ul>								
홍보 문구	<p><b>Gà Ấc Tiêm Nhân Sâm Thượng Nếp Cây Thì</b> được chế biến từ Gà ác non nguyên con kèm cùng Nhân sâm, nhân thực theo phương thức truyền thống tạo nên sản phẩm hương vị thơm ngon bổ dưỡng. Với công nghệ chế biến khép kín và dụng cụ trong sạch để nhân thực hoặc 4 loại nhân sản phẩm có hạn sử dụng lên tới 12 tháng. Sản phẩm đã được chế biến chín chỉ cần làm nóng lại trước khi ăn, rất dễ dàng và tiện lợi, tiết kiệm thời gian và công sức nấu nướng cho gia đình.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nhân sâm có Tác dụng tăng sức đề kháng, tăng sức bền vận động, giảm mệt mỏi, rút ngắn thời gian phục hồi sau vận động quá sức. Chống dị bệnh tác cho cơ thể, ngăn ngừa lão hóa duy trì tuổi thọ khỏe.</li> <li>Nhân nếp giúp lưu thông tuần hoàn máu, tạo hồng cầu, chống thiếu máu, huyết áp thấp và các bệnh về tim và giúp cân bằng huyết áp, cải thiện năng lực tinh thần, tăng trí nhớ, chống suy sụp nộ loạn thần kinh stress, tăng cường trí lực, sinh lực, phòng cơ công đồng mạch, tăng khả năng miễn dịch, chống đau dạ dày, giảm khả năng tiêu, cung thư, sinh tiểu đường.</li> <li>Gà ác là giống gà có giá trị cao về mặt dinh dưỡng. Theo Đông y gà ác vị ngọt, mặn, sinh bình hơi ấm, hương vị thơm, tính ôn, không độc, có công hiệu trị bổ gan thận, sinh khí bổ huyết, trị các bệnh nhiệt, tiêu sinh hoạt huyết, chữa nóng huyết. Thịt gà ác còn chứa các acid amin cần thiết cho cơ thể gồm lysine, methionine, histidine, giúp điều trị các bệnh miễn dịch cơ thể và chống lão hóa, nên xưa được gọi là "gà thuốc".</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>전통 방식으로 만든</li> <li>인삼을 곁들인 영계</li> <li>면역력 강화, 노화방지</li> <li>혈액 순환, 빈혈 및 심장병 퇴치</li> <li>스트레스 해소</li> <li>필수 아미노산을 함유한</li> </ul>								

사진자료: 케이띠 홈페이지

동일품목 종류

① 가악띠엠 뚜오박 (한방 닭 스프)



② 가악함낸쌘 (인삼 닭 스프)



③ 가악띠엠 쌘꾸이 (인삼 닭 스프)



④ 가악함응우비 (다섯가지 향신료가 들어간 닭 스프)



⑤ 가함냄똥초 (표고버섯 닭 스프)



⑥ 가악냄링치 (영지버섯 닭 스프)



⑦ 가악띠엠 빗바오 (인삼과 허브가 들어간 닭 스프)



⑧ 가탄뵈뜨란쌘 (뵈뜨란) 형태의 닭 스프



자료: 떡 밤 바오롱 홈페이지

② 떡 밤 바오롱(THỰC PHẨM BẢO LONG)

기업명		떡 밤 바오롱(THỰC PHẨM BẢO LONG)	
홈페이지		www.thucphambaoalong.com	
기업 기본 정보	위치	34A, Nguyễn Thị Thử, Ấp 3, Xuân Thới Sơn, Hóc Môn, Tp. Hồ Chí Minh	
	규모	동일품목 개수	8개
		설립년도	2000년
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 쇼피	제품명	가악함낸쌘 (Gà ác hầm nhân sâm)
		용량	400g
	가격	135,000동 (7,007원)	
	주요 원료	오골계, 인삼	
기업 홍보 채널			<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>기업 및 제품 소개, 홍보</li> <li>SNS 플랫폼(페이스북, 유튜브)</li> <li>기업 및 제품 홍보 미디어 공유</li> </ul>
	홍보 문구	<p><b>Công dụng:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Phục hồi thể lực nhanh chóng - Tăng sức bền bỉ dẻo dai</li> <li>- Chống Stress - Tăng cường trí nhớ</li> </ul> <p><b>Công dụng:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Phục hồi sức khỏe sau lao động hoặc sau khi ốm bệnh</li> <li>- Bổ khí huyết, tăng cường các hàm lượng axit amin</li> </ul> <p><b>Công dụng:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Đại bổ khí huyết - Tăng hàm lượng sắt, canxi, natri.</li> <li>- Nhanh chóng phục hồi thể lực sau vận động và sau khi bệnh</li> <li>- Đặc biệt, người già yếu và phụ nữ mang thai sử dụng rất tốt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>체력의 빠른 회복</li> <li>지구력 향상</li> <li>기억력에 도움이 되는</li> <li>스트레스 해소</li> <li>쇠약하고 아픈 사람들을 위한</li> <li>여성의 신체 건강을 위한</li> <li>필수 아미노산이 함유된</li> </ul>

사진자료: 떡 밤 바오롱 홈페이지

4) 뵈뜨란: 베트남의 귀족 중에서도 왕만이 먹을 수 있는 음식

③ 아스작 푸드(Asuzac Foods Co., Ltd)

동일품목 종류

①차오가



자료: 베트남 현지조사원

기업 기본 정보	기업명	아스작 푸드(Asuzac Foods Co., Ltd)	
	홈페이지	www.asuzacfoods.co.jp	
	위치	일본 나가노현 스자카시 요나모치 293-24 382-0041	
	규모	동일품목 개수	1개
기업 진출 채널	규모	설립년도	1963년
	기업 홍보 채널	제품명	차오가 (Cháo Gà)
		용량	36g
		가격	15,700동 (815원)
주요 원료		닭고기, 쌀	
기업 홍보 채널	〈오프라인 매장〉 오상		
	기업 홍보 채널	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>기업 및 제품 소개, 홍보</li> <li>베트남어 서비스 제공</li> <li>SNS 플랫폼(페이스북, 유튜브)</li> <li>기업 및 제품 홍보 미디어 공유</li> </ul>	
홍보 문구	<p>MÔ TẢ SẢN PHẨM</p> <p>CHÁO GÀ THỰC PHẨM ASUZAC</p> <p>Cháo gà là một món ăn truyền thống của Việt Nam, công nghệ sản xuất cấp giải pháp hương vị và dinh dưỡng của sản phẩm không chỉ đúng như bữa ăn, mà còn giúp bạn dễ dàng tiêu hóa và hấp thụ dinh dưỡng. Sản phẩm này được làm từ gạo thơm ngon và thịt gà tươi ngon, được chế biến theo công nghệ hiện đại để giữ được hương vị thơm ngon và dinh dưỡng của gạo và thịt gà. Sản phẩm này được đóng gói trong gói ăn liền, giúp bạn dễ dàng tiêu hóa và hấp thụ dinh dưỡng. Sản phẩm này được đóng gói trong gói ăn liền, giúp bạn dễ dàng tiêu hóa và hấp thụ dinh dưỡng.</p>		

사진자료: 아스작 푸드 홈페이지

동일품목 종류

①오곡감초 삼계탕



②고려 삼계탕



③고려 반계탕



④통순살 삼계탕



자료: B사 홈페이지

④ B사

기업 기본 정보	기업명	B사
	위치	서울시 강남구
	동일품목 개수	4개
	규모	매출액('18) <sup>5)</sup> 1조 6,686억 7000만 원
기업 진출 채널	설립년도	2000년
	제품명	고려 삼계탕
	용량	800g
	가격	200,000동 (10,380원)
	주요 원료	닭, 수삼, 찹쌀



기업  
홍보 채널



- 자사 홈페이지
- 기업 및 제품 소개, 홍보
- 베트남어 서비스 제공
- SNS 플랫폼(페이스북, 유튜브)
- 기업 및 제품 홍보 미디어 공유

홍보 문구



**Ta ngày thương cho đến ngày dự biệt, cực món canh tuyệt vời**  
 Hết lòng an ủi và ngọt ngào...  
 Món này rất dễ làm và ngon...  
 Món này rất dễ làm và ngon...  
 Món này rất dễ làm và ngon...

- 기운이여 솟아나라!
- 보양식으로 딱!
- 언제 어디서나 간편하게
- 엄마의 손맛을 느끼고 싶을 때
- 특별한 날을 위해 준비한 음식!
- 엄선한 국내산 영계를 사용하여  
 쫄깃한 식감과 담백한 맛

사진자료: B사 홈페이지

5) 중소기업현황정보 홈페이지(www.sminfo.mss.go.kr)

⑤ C사

동일품목 종류

①삼계탕 먹는 날



②안심 삼계탕



자료: C사 홈페이지

기업 기본 정보

기업명

C사

위치

서울시 강동구

동일품목 개수

2개

규모

매출액('18)<sup>6)</sup>

5,643억 7,489만 원

설립년도

2006년

기업 진출 채널

<오프라인 매장>  
스카이다트



제품명

삼계탕 먹는 날

용량

850g

가격

214,000동  
(11,107원)

주요 원료

닭, 인삼, 찹쌀

<온라인 매장>  
쇼피



제품명

안심 삼계탕

용량

850g

가격

255,000동  
(13,235원)

주요 원료

닭, 인삼, 찹쌀

기업 홍보 채널

\*자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 보유하고 있으나 베트남 시장을 겨냥한 홍보채널은 확인되지 않음

홍보 문구

MÔ TẢ SẢN PHẨM

GIÀ NHẬT GIÀM  
Xuất xứ: Hàn Quốc  
Hạng số dung tích: 12 tháng  
Đặc điểm: Hàn Quốc truyền thống

Đây là một món ăn bổ dưỡng cho sức khỏe trong mùa hè được lựa chọn là những món gà to cùng với nhân viên, tiêu đề. Vì vậy gạo nếp được nấu trong nhiều giờ. Samgyetang được làm từ những con gà mang tên trong problem case của Hàn Quốc, nhân viên chứa đựng năng lượng (gạo nếp xuất xứ, tiêu đề). Vì vậy gạo nếp, nhân viên mọi người dân Hàn Quốc đều dùng món Samgyetang vào mùa hè bởi nó mang lại cho cơ thể nhiều năng lượng.

Hướng dẫn sử dụng: Chỉ cần hâm nóng ăn là được, ngon.

Số liên hệ: 0901 577 701

hashtags: #gahamsam #muggoo #gahamsam #gahamsam #gahamsam

- 건조된 인삼, 마늘을 곁들인 영계
- 여름철 건강을 위한 요리
- 고단백질의 닭고기로 만든
- 에너지를 채워주는
- 엄선된 재료만을 사용하여 맛과 영양이 풍부한

사진자료: C사 홈페이지, 쇼피 홈페이지

6) 중소기업현황정보 홈페이지(www.sminfo.mss.go.kr)



## III. Buyer Interview

### SUMMARY

Interview ① 롯데마트(Lotte Mart)

Interview ② 에스씨제이 티비쇼핑  
(SCJ TV Shopping)

Interview ③ 케이마켓(K-Market)

Interview ④ 델리카시(Delicacy)

Interview ⑤ 코옴마트(Coop Mart)

# Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

## 베트남 (VIETNAM)

삼계탕 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 식품 수입유통업체 ○
- 삼계탕 취급 경험 ○

	롯데마트 (Lotte Mart)	에스씨제이 티비쇼핑 (SCJ TV Shopping)	케이마켓 (K-Market)	델리카시 (Delicacy)	코옵마트 (Coop Mart)
업체 ▶	소매업체	온라인 소매업체	소매업체	온라인 소매업체	소매업체
삼계탕 취급 ▶					
	인삼치킨스프	삼계탕	삼계탕	삼계탕	인삼치킨스프

사진자료: 롯데마트(Lotte Mart), 에스씨제이 티비쇼핑(SCJ TV Shopping), 케이마켓(K-Market) 페이스북, 델리카시(Delicacy), 코옵마트(Coop Mart) 홈페이지

## 베트남(VIETNAM)

삼계탕 바이어 인터뷰

A사	롯데마트 (Lotte Mart) 소매업체	에스씨제이 티비쇼핑 (SCJ TV Shopping) 온라인 소매업체	케이마켓 (K-Market) 소매업체	델리카시 (Delicacy) 온라인 소매업체	코옵마트 (Coop Mart) 소매업체
제품 가격	8) 5,000원 유사제품과 비교했을 때 <b>굉장히 저렴한 편</b>	용량 대비 <b>적절한 가격대</b>	현지 시장에서 판매하기에 <b>적당한 가격대</b>	유사제품과 비교했을 때 <b>굉장히 저렴한 편</b>	현지 시장에서 <b>굉장히 저렴한 편</b>
제품 포장	<b>플라스틱 파우치</b> 플라스틱 파우치	<b>플라스틱 파우치</b> 플라스틱 파우치	<b>플라스틱 파우치</b> 플라스틱 파우치	<b>플라스틱 파우치</b> 플라스틱 파우치	<b>통조림 캔</b> 통조림 캔
제품 용량	<b>1kg</b> 454g	<b>1kg</b> 1kg	<b>1kg</b> 1kg	<b>1kg</b> 1kg	<b>400g</b> 400g

(\*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 5개사

8) 100등= 5.19원(2019.10.02.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## Interview ① 롯데마트(Lotte Mart)



9)

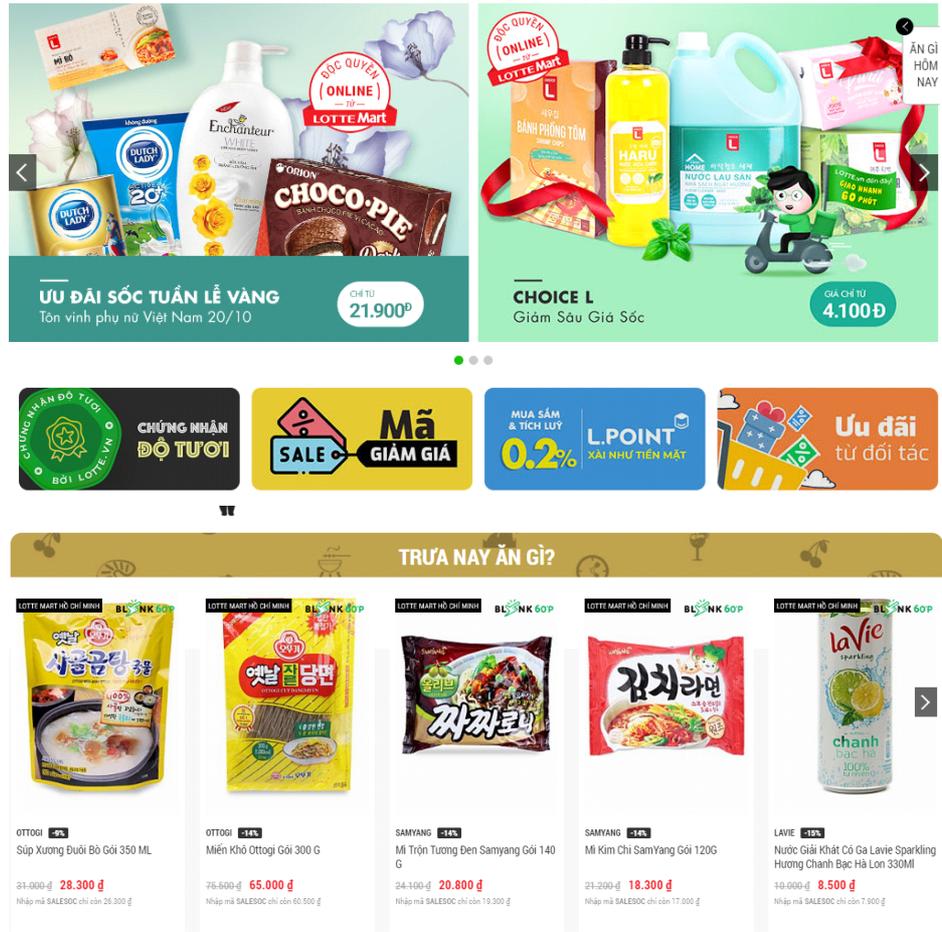
롯데마트  
(Lotte Mart)

전문가 소속

롯데마트  
(Lotte Mart)  
소매업체

전문가 정보

Mr Nguyễn  
(Marketing Supervisor)



### 롯데마트(Lotte Mart)

### Marketing Supervisor, Mr Nguyễn

롯데마트는 1998년에 설립된 한국의 슈퍼마켓 브랜드로, 2008년에 처음 베트남에 매장을 열었음. 전 세계적으로 294개의 매장을 보유하고 있으며, 베트남에는 14개의 매장을 보유하고 있음. 베트남의 경우, 오프라인 매장뿐만 아니라 온라인 매장도 함께 운영함. 취급 품목으로는 신선 과일, 채소, 해산물, 육류, 유제품, 주류, 간식류, 인스턴트식품, 화장품, 의류 등이 있으며, 한국 외에도 인도네시아와 말레이시아 등의 국가로부터 제품을 수입함. 홈페이지와 더불어 페이스북, 유튜브, 인스타그램 등의 여러 SNS 채널을 통해 매장을 홍보하고 있음

9) 사진자료: 롯데마트(Lotte Mart) 홈페이지 (www.lotte.vn)



가격 5,000원

포장 플라스틱 파우치

용량 1kg

### Q1. 취급하는 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

한국산 삼계탕은 취급 중이지 않지만 유사한 현지 제품을 판매 중입니다. 해당 제품은 까이티(CÂY THI)라는 브랜드의 제품으로, 인삼이 들어간 치킨스프입니다. 현지인들 사이에서 인기가 높으며, 가격은 454g에 82,500동(4,282원)입니다. A사의 삼계탕은 용량 대비 저희가 취급하는 제품의 절반 가격으로, 굉장히 저렴한 편입니다.

### Q2. 제품의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

치킨스프는 다양한 연령대의 소비자들이 즐겨먹는 음식입니다. 다만, 저희가 판매하는 제품의 경우, 인삼이 들어있고 각종 중국 향신료가 첨가되어 있어 일부 소비자들은 좋아하지 않습니다. 하지만 전반적으로 많은 소비자들이 구매합니다.

### Q3. 베트남 내 삼계탕의 수요가 어떻게 되나요?

저희가 취급하는 치킨스프의 수요는 굉장히 많은 편입니다. 해당 제품은 단백질 함량이 높고 영양소가 풍부하여 소비자들이 아플 때 많이 찾는 식품입니다. 이외에도 비타민 A, C, 오메가, 아미노산 등이 함유되어 있어 성장기의 어린이들이 많이 섭취합니다.

### Q4. 베트남 내 한국산 삼계탕의 인지도가 어떻게 되나요?

베트남 내 인삼이 들어간 치킨스프의 인지도는 높은 편이지만, 삼계탕이라는 이름의 한국 음식은 생소한 편입니다. 하지만 현지 소비자들은 삼계탕의 재료나 맛에 익숙하기 때문에, 제품의 맛에 거부감을 느끼는 소비자들은 많지 않을 것입니다. 그러나 그만큼 베트남에는 삼계탕의 유사제품이 많기 때문에, 현지 제품만큼의 수요와 인지도를 달성하기 위해서는 적극적으로 제품을 홍보해야 할 것입니다.

### Q5. 삼계탕은 어떠한 유통채널을 통해 판매하는 것이 좋을까요?

한국산 식품은 주로 베트남 내 위치한 한국 식료품점에서 판매하며, 일부 대형 마트와 온라인 매장에서 판매합니다. 앞서 언급했듯이 삼계탕의 인지도는 낮은 편이기 때문에, 초반에는 주로 현지에 거주하는 한국인이나 한국 문화에 관심이 많은 20-30대의 베트남인들이 구매할 것입니다. 제품의 인지도를 높인 뒤에 오프라인 유통채널의 수를 점차 늘리는 것이 좋을 것 같습니다.

## Interview ② 에스씨제이 티비쇼핑 (SCJ TV Shopping)



10)

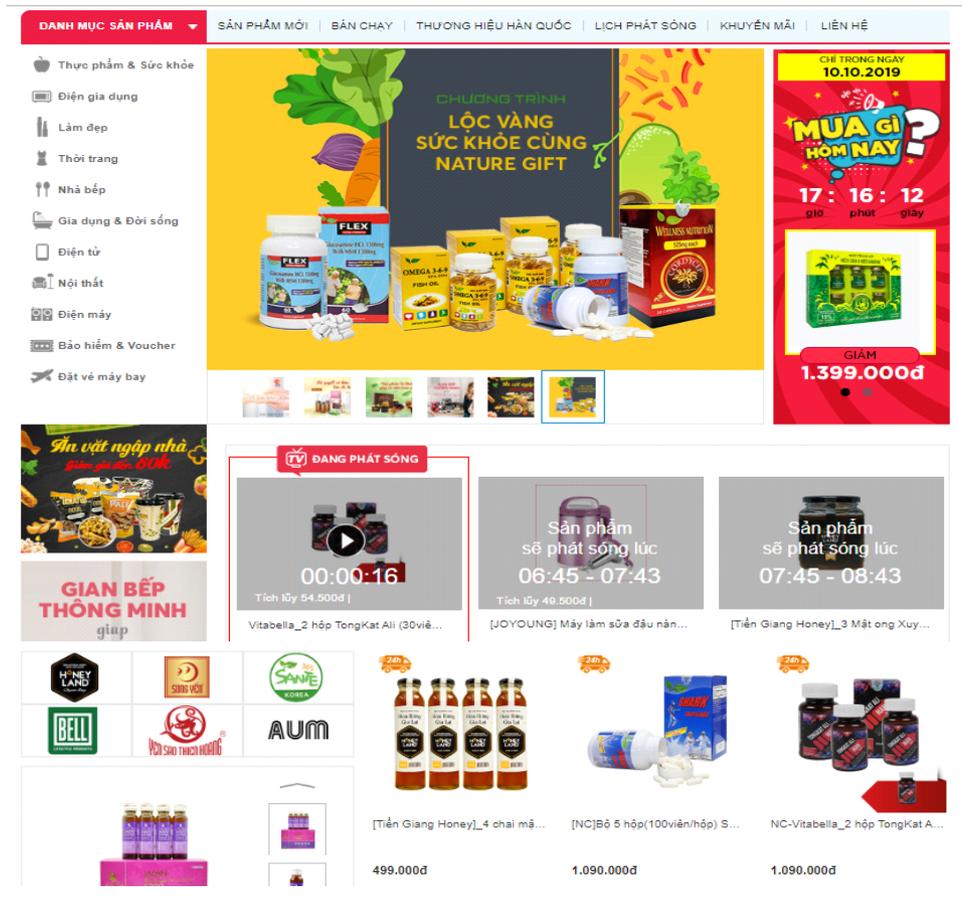
에스씨제이 티비쇼핑 (SCJ TV Shopping)

전문가 소속

에스씨제이 티비쇼핑 (SCJ TV Shopping) 온라인 소매업체

전문가 정보

Mr. Hung (Business Department)



### 에스씨제이 티비쇼핑(SCJ TV Shopping) Business Department, Mr. Hung

에스씨제이 티비쇼핑은 한국의 CJ소속 기업으로, 2011년부터 베트남에서 홈쇼핑과 온라인 쇼핑을 담당하고 있음. 취급 품목으로는 건강기능식품, 스포츠 용품, 화장품, 건과일, 전자기기, 가구, 의류 등이 있음. 제품의 온라인 판매는 자사 홈페이지와 모바일 어플을 통해 진행하고 있음. 자사 홈페이지를 통해 기업정보, 취급하는 제품정보, 홈쇼핑 방송 일정 등을 제공하고 있으며, 홈페이지 외에도 페이스북과 유튜브를 통해 자사 제품을 홍보하고 있음

10) 사진자료: 에스씨제이 티비쇼핑(SCJ TV Shopping) 홈페이지 (www.scj.vn)



가격 5,000원

포장 플라스틱 파우치

용량 1kg

### Q1. 취급하는 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

저희는 이전에 삼계탕을 취급하였으나, 판매부진으로 인해 현재는 판매를 중단한 상태입니다. 이전에 판매했던 삼계탕의 가격은 1kg에 193,000동(10,017원) 정도입니다. 해당 제품은 베트남 시장에서 다소 비싼 편이어서 건조 김과 함께 묶어 할인 판매를 진행했었습니다. 하지만 A사의 제품은 저희가 판매했던 제품의 절반 가격이기 때문에, 베트남에서 판매하기에 적절하다고 생각합니다.

### Q2. 제품의 포장형태가 어떻게 되나요?

삼계탕의 포장형태는 A사 제품과 동일한 플라스틱 파우치였습니다. 제품 판매에 있어서 포장형태는 중요하지 않은 것 같습니다. 소비자들은 포장형태보다 삼계탕의 맛과 품질을 더 중시합니다.

### Q3. 삼계탕 판매부진의 원인은 무엇인가요?

우선, 앞서 언급했듯이 베트남 시장에서 판매하기에 가격이 비쌌으며, 해당 제품은 현지 소비자들의 입맛에 맞지 않았습니다. 제품을 구매한 소비자들로부터 싱겁다는 피드백이 많았습니다. 따라서 베트남에서 한국산 삼계탕을 판매하기 위해서는 제품에 양념을 더 첨가하여 향이나 맛을 더 강하게 하는 것이 좋을 것 같습니다. 그리고 베트남인들은 인스턴트식품을 크게 선호하지 않으며, 현지에는 전자레인지로 이용하여 조리하는 음식이 많지 않아 인스턴트식품을 판매하는 것이 쉽지 않습니다.

### Q4. 베트남 내 삼계탕의 인지도가 어떻게 되나요?

베트남 내 삼계탕의 인지도는 낮습니다. 하지만 삼계탕과 유사한 치킨스프의 인지도는 매우 높기 때문에 삼계탕 자체는 현지인들에게 생소한 음식이 아닙니다. 따라서 저희는 삼계탕을 판매할 당시 건조 김이나 라면 등 인기가 많은 한국 식품과 함께 묶어서 판매하였습니다.

### Q5. 제품의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

제품은 주로 20-50대의 소비자들이 구매하며, 한국 문화에 관심이 많은 어린 소비자들이 호기심으로 구매하는 경우도 있습니다. 베트남 내 위치한 한국 마트에서는 주로 현지에 거주하는 한국인들이 제품을 구매하지만, 온라인 매장이나 홈쇼핑의 경우, 현지인들이 주로 구매합니다.

## Interview ③ 케이마켓(K-Market)



# K-MARKET

11)

케이마켓  
(K-Market)

전문가 소속

케이마켓  
(K-Market)  
소매업체

전문가 정보

Mrs. Nga  
(Sales Executive)



### 케이마켓(K-Market)

### Sales Executive, Mrs. Nga

케이마켓은 2006년 하노이에 처음 설립된 한국 식료품점으로, 베트남에서 가장 큰 한인마트 브랜드임. 현재는 하노이, 호치민, 나트랑 등의 베트남 전역에 걸쳐 60개의 오프라인 매장을 보유하고 있음. 매장을 통해 개별 소비자들을 상대로 소매판매를 진행하고 있으며, 빅씨(Big C), 롯데마트, 이온몰(AEON Mall) 등의 매장으로 도매판매도 진행하고 있음. 취급 품목으로는 신선 과일, 채소, 과자, 라면, 즉석식품, 음료수, 주류 등이 있음

11) 사진자료: 케이마켓(K-Market) 페이스북 홈페이지 ([www.facebook.com/kmarketvietnam/](http://www.facebook.com/kmarketvietnam/))



가격 5,000원

포장 플라스틱 파우치

용량 1kg

### Q1. 취급하는 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

저희는 '수빈 삼계탕 재료'라는 제품과 '마니커 골드삼계탕'을 판매하고 있습니다. 수빈 삼계탕 재료는 황기, 오가피, 대추, 천궁 등 삼계탕에 필요한 약재를 모아놓은 제품으로 70g에 29,000동(1,505원)이며, 마니커 골드 삼계탕은 전자레인지에 돌려먹는 즉석조리식품으로 800g에 169,000동(8,771원)입니다. A사 제품은 저희가 판매하는 즉석 삼계탕과 가격이 비슷하며, 베트남 시장에서 판매하기에 적당한 가격대입니다.

### Q2. 제품의 포장형태와 용량은 어느 정도가 적당한가요?

A사 제품과 저희가 취급하는 인스턴트 삼계탕의 포장형태는 플라스틱 파우치로 동일하며, 제품 용량 또한 비슷합니다. 저희가 판매하는 제품에는 닭 한 마리가 들어있으며, 삼계탕을 구매하는 소비자들이 만족할 정도의 용량이라고 생각합니다.

### Q3. 베트남 내 삼계탕의 인지도가 어떻게 되나요?

베트남 내 삼계탕의 인지도는 낮은 편입니다. 삼계탕과 유사한 식품으로 중국식 치킨 스프가 있습니다. 삼계탕처럼 인삼이 들어가지만 오골계와 중국식 향신료를 사용하며, 한국식 삼계탕보다 현지 소비자들 입맛에 맞아 선호도가 높습니다. 베트남인들은 중국인들과 비슷하게 일반 닭보다 오골계에 영양소가 더 풍부하다고 생각하는 경향이 있어 오골계 요리를 즐겨먹습니다.

### Q4. 삼계탕의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

베트남에서 가장 큰 한국마트이기 때문에, 저희 매장에 방문하는 소비자층은 현지에 거주하는 한국인으로 국한되어 있지 않으며 베트남인들 또한 많이 방문합니다. 삼계탕의 경우, 한국인 가정에서 자주 섭취하며 한국 음식에 관심이 많은 20-30대의 현지 소비자들 구매하는 경우도 많습니다. 하지만 베트남 내 전반적인 삼계탕의 수요는 아직 낮은 편이며 삼계탕을 아는 현지 소비자들은 많지 않습니다.

### Q5. 삼계탕은 어떠한 유통채널을 통해 판매하는 것이 좋을까요?

즉석 삼계탕은 대부분의 한국 식료품점과 대형마트에서 판매합니다. A사 제품을 판매할 경우, 온라인과 오프라인 판매를 병행하는 것이 제품의 인지도를 높이기 좋을 것 같습니다.

## Interview ④ 델리카시(Delicacy)



12)

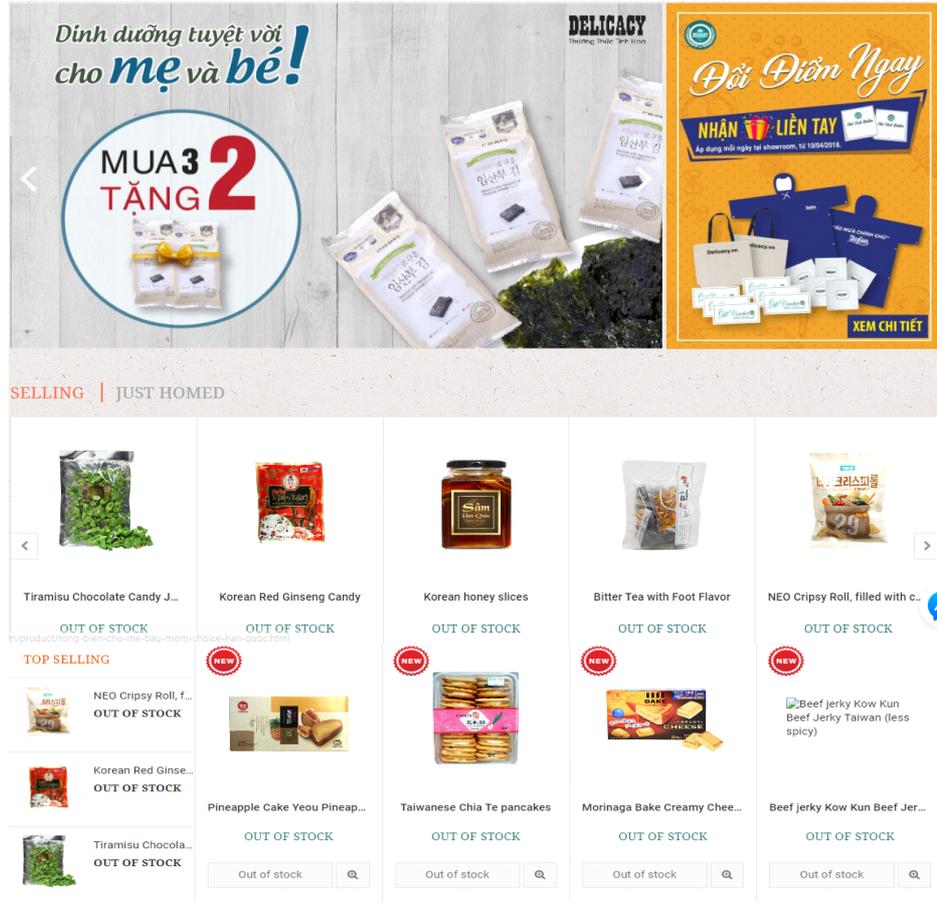
델리카시  
(Delicacy)

전문가 소속

델리카시  
(Delicacy)  
온라인 소매업체

전문가 정보

Ms. Thao  
(Business Department)



### 델리카시(Delicacy)

### Business Department, Ms. Thao

델리카시는 2015년에 설립된 온라인 소매업체로, 프리미엄 식품을 주로 판매하고 있음. 취급 품목으로는 씨리얼, 향신료, 통조림, 견과류, 음료수, 주류, 과자 등이 있음. 주로 프랑스, 뉴질랜드, 한국, 중국, 일본, 대만으로부터 수입하고 있으며, 일부 제품은 직수입하지만 대부분 현지 유통업체로부터 공급받고 있음. 한국식품으로는 과자, 사탕, 인삼음료 등의 인스턴트 식품을 판매함. 자사 홈페이지를 통해서만 제품을 판매하고 있으며, 페이스북, 트위터, 인스타그램 등의 SNS 채널을 활용하여 자사 매장을 홍보하고 있음

12) 사진자료: 델리카시(Delicacy) 홈페이지 (delicacy.vn)



가격 5,000원

포장 플라스틱 파우치

용량 1kg

### Q1. 취급하는 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

한국산 인스턴트 삼계탕을 취급하고 있으며, 가격은 1kg에 17,000원입니다. 용량을 고려했을 때, 저희가 취급하는 제품이 A사 제품보다 3배 이상 가격이 높습니다. A사 제품은 굉장히 저렴한 편이라고 생각하며, 현지 시장에서 수요가 높을 것 같습니다.

### Q2. 제품의 포장형태가 어떻게 되나요?

한국산 인스턴트 식품은 대부분 플라스틱 파우치에 담겨 있습니다. 저희가 판매하는 인스턴트 삼계탕도 A사 제품과 용량 및 포장형태가 유사합니다. 해당 포장형태와 관련하여 불만을 제기하는 소비자들은 없었습니다.

### Q3. 베트남 내 삼계탕의 인지도가 어떻게 되나요?

베트남 내 한국 문화 및 음식의 인지도가 점점 더 높아지고 있습니다. 하지만 삼계탕은 다른 한국음식에 비해 인지도가 낮은 편입니다. 베트남인들 사이에서는 삼계탕보다 중국음식인 인삼치킨스프가 더 널리 알려져 있습니다. 인삼치킨스프와 삼계탕은 맛이 유사하기 때문에, 제품 홍보를 활발히 한다면 제품의 인지도를 쉽게 높일 수 있을 것입니다.

### Q4. 베트남 내 삼계탕의 선호도가 어떻게 되나요?

저희 매장을 이용하는 소비자들 중 삼계탕을 먹어본 소비자들은 현지에서 판매하는 치킨스프보다 삼계탕을 더 선호합니다. 삼계탕은 인지도가 낮은 뿐, 현지인들의 입맛에 굉장히 잘 맞는 음식입니다. 오히려, 현지에서 판매하는 인삼치킨스프는 삼계탕보다 향신료의 맛이 강해 베트남인들 사이에서 호불호가 나뉘는 편입니다.

### Q5. 제품 홍보는 어떻게 하는 것이 좋을까요?

대부분의 소비자들은 영양 보충을 위해 치킨스프를 구매합니다. 따라서 삼계탕의 영양적인 측면을 강조하거나, 여성 소비자들을 상대로 일반 삼계탕에 비해 저칼로리임을 강조하여 판매하는 것도 좋을 것 같습니다.

## Interview ⑤ 코옵마트(Coop Mart)



13)

코옵마트  
(Coop Mart)

전문가 소속

코옵마트  
(Coop Mart)  
소매업체

전문가 정보

Ms. Hang  
(Sales Department)

The screenshot shows the Co.op mart website interface. At the top, there is a navigation bar with links: Giới thiệu, Tin Co.opmart, Chung tay vì cộng đồng, Tuyển dụng, and Mặt bằng cho thuê. Below this is a large banner for 'LỄ HỘI HÀNG NHẪN RIÊNG' (Specialty Goods Festival) from 26/9 to 09/10/2019, featuring products like Happy, Select, and others. Below the banner are several promotional tiles:
 

- 'SIÊU ƯU ĐÃI' (Super Special Offer) from 27/9 to 29/9/2019.
- 'NHẬN PHIẾU 30.000đ MUA HÀNG CHẤT LƯỢNG' (Receive 30,000 VND coupon for quality purchases) on 5 & 6/10/2019.
- 'THỨ 3 THẢ GA TÍCH ĐIỂM' (Wednesday Reward Points) on 01 & 08/10/2019.
- 'ƯU ĐÃI THÀNH VIÊN THÊM NGÀN ĐIỂM THƯƠNG' (Member Special Offer - Earn thousands of points) from 26/9 to 09/10/2019.

 On the right side, there are sections for 'Siêu thị gần nhất' (Nearest Supermarket) with a map and search bar, and 'CNMS mới nhất' (Latest CNMS) with a list of products and a 'Đăng ký nhận CNMS' (Register to receive CNMS) button.

코옵마트(Coop Mart)

Sales Department, Ms. Hang

코옵마트는 1989년에 설립된 소매업체로, 호치민에 본사를 두고 있으며 베트남 전역에 걸쳐 110개의 슈퍼마켓과 대형마트를 보유하고 있음. 취급 품목으로는 신선 과일, 채소, 음료, 가공식품, 가정용품, 생필품, 주방용품, 의류 등으로 다양함. 자사 홈페이지를 통해 기업 정보, 관련 기사, 요리 레시피, 할인 정보 등을 제공하고 있으며, 자사 홈페이지 외에 페이스북과 트위터를 통해 신제품 및 신규 매장 정보를 게시함으로써 자사 매장을 홍보 중에 있음

13) 사진자료: 코옵마트(Coop Mart) 홈페이지 (www.co-opmart.com.vn)



가격 5,000원

포장 플라스틱 파우치

용량 1kg

### Q1. 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

삼계탕은 취급 중이지 않으며, 유사 제품으로 하비(Havi)라는 브랜드의 인삼 치킨스프를 판매하고 있습니다. 오펜계로 만들어진 제품이며, 소비자들 사이에서 수요가 많습니다. 제품의 가격은 400g에 96,500동(5,008원)이며, 통조림 캔에 담겨 있습니다. A사 제품과 가격은 비슷하지만 용량에서 2배 정도의 차이가 납니다. A사의 제품은 베트남 시장에서 굉장히 저렴한 편입니다.

### Q2. 치킨스프의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

인삼 치킨스프는 중국의 전통 음식이지만, 베트남의 전통 음식으로 여겨질 만큼 많은 사람들이 즐겨 먹습니다. 따라서 저희 매장에서 다양한 연령대의 소비자들이 모두 치킨스프를 구매하지만, 그 중에서도 20-40대의 소비자들이 가장 많습니다.

### Q3. 베트남 내 인스턴트 식품의 선호도가 어떻게 되나요?

베트남 내 인스턴트 식품의 선호도는 낮은 편입니다. 특히 치킨스프의 경우, 베트남인들은 식당에서 먹거나 집에서 직접 조리해 먹는 것을 선호합니다. 그리고 베트남에는 전자레인지를 이용해 음식을 데워먹는 방식이 한국만큼 흔하지 않으며, 베트남인들이 선호하는 조리방식이 아니어서 인스턴트 식품을 즐겨먹지 않습니다.

### Q4. 베트남인들의 치킨스프 구매요인이 무엇인가요?

베트남인들은 치킨스프의 영양적인 측면을 고려하여 구매하는 경우가 가장 많습니다. 베트남에서 인삼이 들어간 치킨스프는 출산 후의 산모에게 좋다고 알려져 있습니다. 치킨스프 구매 시 칼로리는 크게 고려하지 않으며, 오히려 사용된 원료와 함유된 영양소를 확인합니다. 베트남인들은 건강식품으로 인삼이 들어간 제품을 많이 찾기 때문에, 삼계탕의 선호도는 꽤 높을 것 같습니다.

### Q5. 제품 홍보는 어떻게 하는 것이 좋을까요?

삼계탕의 인지도는 낮은 편이지만 베트남 내 전반적인 한국 음식 및 문화의 인지도는 높아지고 있는 추세입니다. 따라서 베트남에서 유명한 한국 연예인을 통해 제품을 홍보하거나 베트남의 대형 백화점 및 마트에서 시식회를 열어 제품을 소개하는 것도 좋은 방법입니다.

## IV. Competitiveness

### SUMMARY

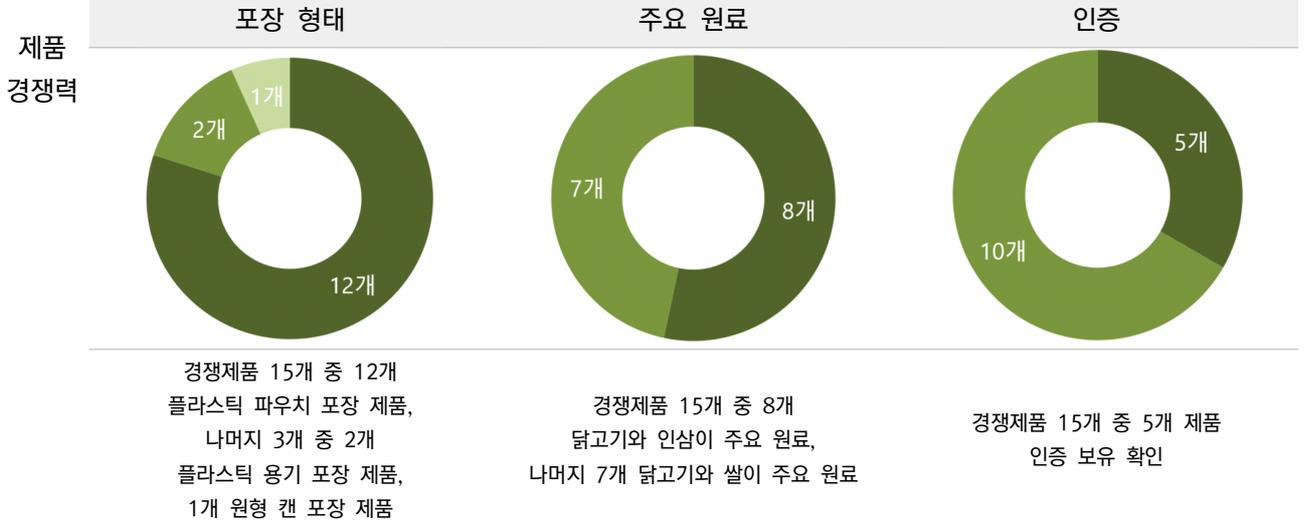
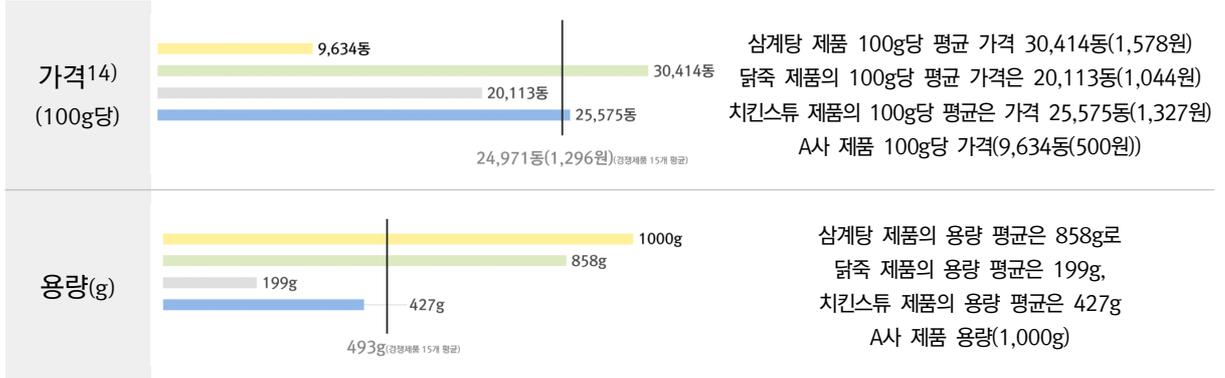
1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

# Competitiveness

(자사 제품 경쟁력 파악)

## 베트남 (VIETNAM) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 
 ■ 삼계탕 제품 
 ■ 닭죽 제품 
 ■ 치킨스튜 제품 
 | 경쟁제품 평균 
 경쟁력 평가 의견



## 베트남 (VIETNAM) - 마케팅 벤치마킹

		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 6개사 중 1개사 <b>오프라인 및 온라인 채널</b> 모두 진출	경쟁기업 6개사 중 5개사 <b>자사 홈페이지와 SNS 플랫폼</b> 홍보채널로 활용	경쟁기업 6개사 <b>‘효능’, ‘제품의 원료’</b> 등을 강조한 홍보문구 활용

14) 100동= 5.19원(2019.10.02.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### 1. 제품 경쟁력 검증

#### 1) 가격

● 경쟁제품(경쟁기업)

- 파란색 : 삼계탕

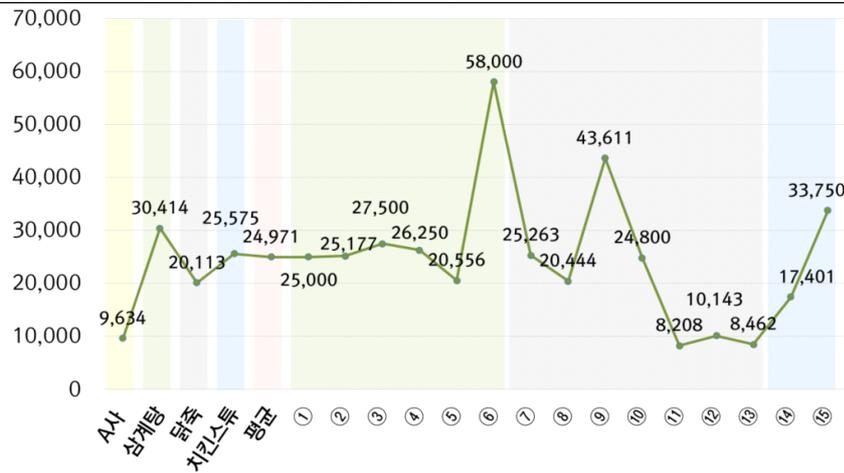
- ① 고려 삼계탕(B사)
- ② 삼계탕 먹는 날(C사)
- ③ 골드 삼계탕(D사)
- ④ 궁중 삼계탕(E사)
- ⑤ 참스토리 삼계탕(F사)
- ⑥ 찬마루 삼계탕(G사)
- ⑦ 양반 영양닭죽(H사)
- ⑧ 비비고 녹두닭죽(I사)
- ⑨ 차오가(아스작 푸드)
- ⑩ 차오안잠(시마야)
- ⑪ 차오뚜오이(사이공 푸드)
- ⑫ 차오탓가(비폰)
- ⑬ 차오탓가(사이공 코웁)
- ⑭ 가악띠엠(케이피)
- ⑮ 가악함낸쌈(떡 뽕 바오롱)

#### ▶ A사 제품 가격, 다른 삼계탕 제품 대비 50% 가격

경쟁제품 15개는 삼계탕 제품, 닭죽 제품, 치킨스튜 제품 총 3가지로 구분됨. 삼계탕 제품 6개의 100g당 평균 가격은 30,414동(1,578원)이며, 닭죽 제품 7개의 100g당 가격은 20,113동(1,044원), 치킨스튜 제품 2개의 100g당 평균 가격은 25,575동(1,327원)임. A사 제품과 동일한 종류인 삼계탕 제품 6개와 가격을 비교한 결과, A사 제품의 100g당 가격은 9,634동(500원)으로 삼계탕 제품의 100g당 평균 가격보다 320% 낮게 책정되어있는 것으로 조사됨

[표 3.1] 베트남 삼계탕 가격 경쟁력 분석

(단위: 동/100g)



#### 2) 용량(g)

● 경쟁제품(경쟁기업)

- 파란색 : 삼계탕

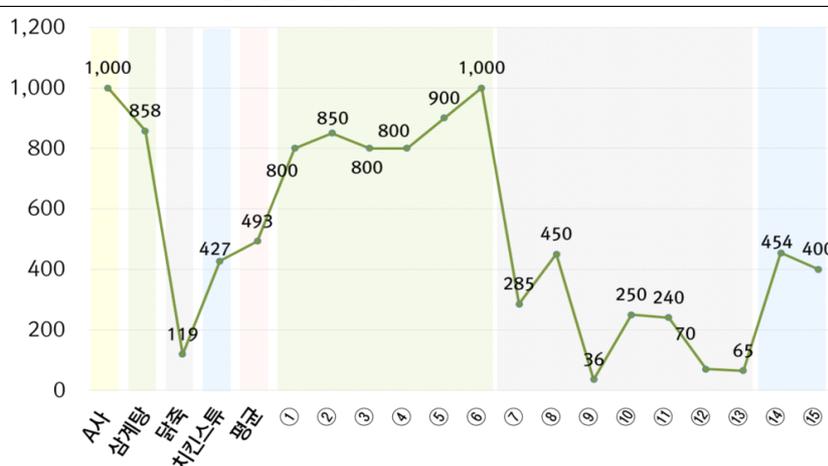
- ① 고려 삼계탕(B사)
- ② 삼계탕 먹는 날(C사)
- ③ 골드 삼계탕(D사)
- ④ 궁중 삼계탕(E사)
- ⑤ 참스토리 삼계탕(F사)
- ⑥ 찬마루 삼계탕(G사)
- ⑦ 양반 영양닭죽(H사)
- ⑧ 비비고 녹두닭죽(I사)
- ⑨ 차오가(아스작 푸드)
- ⑩ 차오안잠(시마야)
- ⑪ 차오뚜오이(사이공 푸드)
- ⑫ 차오탓가(비폰)
- ⑬ 차오탓가(사이공 코웁)
- ⑭ 가악띠엠(케이피)
- ⑮ 가악함낸쌈(떡 뽕 바오롱)

#### ▶ A사 제품, 삼계탕 경쟁제품 대비 용량이 많음

베트남에서 판매되고 있는 삼계탕 경쟁제품의 용량을 조사한 결과, 삼계탕 제품 6개의 평균 용량은 858g이며, 닭죽 제품 7개의 평균 용량은 199g, 치킨스튜 제품 2개의 평균 용량은 427g임. A사 제품의 용량은 1,000g으로, 베트남에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개의 평균 용량 493g 대비 용량이 많은 것으로 확인됨. A사 제품의 용량은 삼계탕 제품 6개의 평균 용량보다 1.2배 많은 것으로 조사됨

[표 3.2] 베트남 삼계탕 용량 경쟁력 분석

(단위: g)

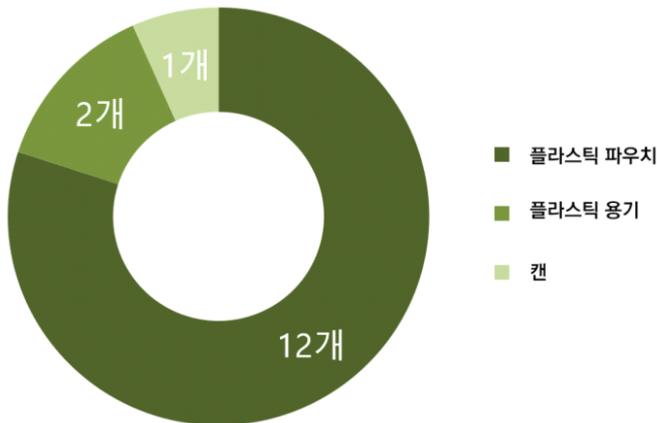


3) 포장 형태

▶ 경쟁제품 15개 중 12개, 플라스틱 파우치 포장 제품

베트남에서 판매중인 경쟁제품의 포장 형태를 조사한 결과, 경쟁제품 15개 중 12개가 플라스틱 파우치 포장 제품인 것으로 확인됨. 나머지 3개 중 2개는 플라스틱 용기 제품, 1개는 원형 캔 제품임. 삼계탕 제품 6개는 모두 레토르트형 플라스틱 파우치 포장인 것으로 조사됨

[표 3.3] 베트남 삼계탕 포장 형태 경쟁력 분석

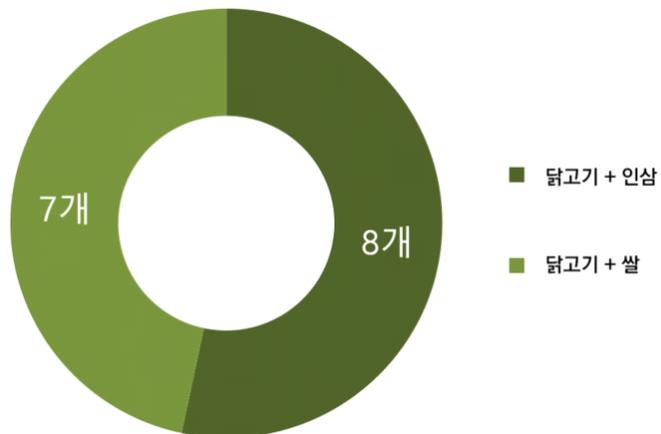


4) 주요 원료

▶ 경쟁제품 15개 중 8개, 닭고기와 인삼 주요 원료  
나머지 7개, 닭고기와 쌀 주요 원료

경쟁제품 15개의 주요 원료를 조사한 결과, 15개 중 8개는 닭고기와 인삼을 주요 원료로 한 제품이며, 나머지 7개는 닭고기와 쌀을 주요 원료로 한 제품임. 닭고기와 쌀을 주요 원료로 한 제품 7개는 모두 닭죽 제품임

[표 3.4] 베트남 삼계탕 주요 원료 경쟁력 분석



5) 인증

● 인증 종류



▲HVNCLC 인증  
(베트남 고품질 상품) 인증



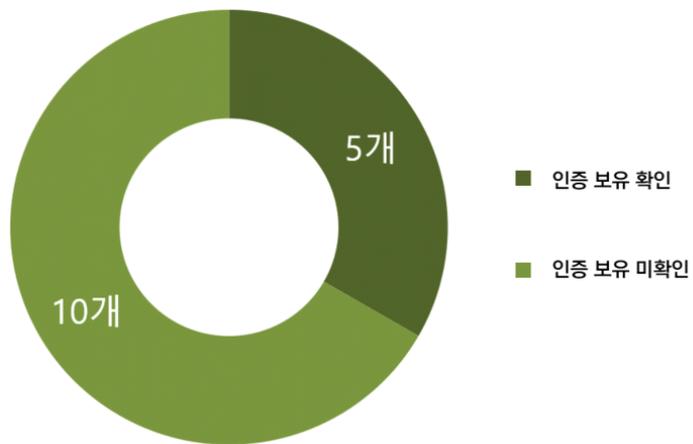
▲HACCP 인증

사진자료: 베트남 고품질 상품  
인증(HVNCLC) 홈페이지,  
한국식품안전관리인증원(HACCP)  
홈페이지

▶ 경쟁제품 15개 중 5개, 인증 보유 확인

삼계탕 경쟁제품 15개의 인증 보유 여부를 조사한 결과, 경쟁제품 15개중 5개가 인증을 보유한 것으로 확인됨. 보유한 인증으로는 HVNCLC 인증과 HACCP 인증을 보유하고 있음. 인증을 보유한 5개 제품은 모두 1개의 인증을 보유한 것으로 확인되었으며, 나머지 10개 제품의 인증 보유 여부는 확인되지 않음

[표 3.5] 베트남 삼계탕 인증 경쟁력 분석



## 2. 기업 마케팅 벤치마킹

### 1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 6개사 중 1개사, 오프라인 채널과 온라인 채널 모두 진출

베트남에 진출한 경쟁기업 6개사 중 1개사가 오프라인 채널과 온라인 채널에 모두 진출한 것으로 확인됨. 6개사 중 베트남기업 2개사는 각각 티키와 쇼피 온라인 쇼핑몰에 진출한 것으로 확인됨. 일본 기업인 아스작 푸드는 슈퍼마켓인 오상에서, 한국기업인 B사, C사, I사는 한인마트인 스카이마트와 케이마켓에 진출한 것으로 조사됨

[표 3.7] 베트남 삼계탕 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인			온라인	
	오상	스카이마트	케이마켓	티키	쇼피
케이띠				○	
떡 뺨 바오롱					○
아스작 푸드	○				
B사		○			
C사		○			
I사			○		

### 2) 홍보 채널



페이스북 내에 베트남 홍보 페이지를 운영하는 예시

사진자료: 페이스북 I사 페이지

▶ 경쟁기업 6개사 중 5개사, 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 홍보 채널로 활용

경쟁기업 6개사 중 5개사는 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 주요 홍보 채널로 함께 활용하고 있는 것으로 확인됨. 자사 홈페이지를 통해 주로 기업 및 제품 정보를 제공하며, 일본기업 아스작 푸드와 한국기업 B사의 경우 베트남어 서비스를 제공하는 것으로 조사됨. 이외, SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하는 기업 5개사 중 한국기업 I사의 경우 페이스북 베트남 홍보 페이지를 운영하고 있는 것으로 확인됨. C사의 경우 베트남 시장을 상대로 한 홍보 채널은 확인되지 않음

[표 3.8] 베트남 삼계탕 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼		
		페이스북	유튜브	인스타그램
케이띠	○	○		○
떡 뺨 바오롱	○	○	○	
아스작 푸드	○	○	○	
B사	○	○	○	
C사				
I사	○	○	○	

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업 ‘효능’, ‘원료’ 강조하여 홍보

베트남에 진출한 경쟁기업 6개사는 경쟁제품의 ‘효능’과 ‘원료’를 강조하여 제품을 홍보하고 있음. ‘스트레스 해소’, ‘빈혈 및 저혈압에 도움이 되는’, ‘면역력 강화’, ‘보양식’ 등의 문구를 사용하여 제품의 효능 강조함. 한국기업 B사는 ‘기운이여 솟아나라!’의 캐치프레이즈를 활용하여 제품을 홍보하고 있음. 경쟁제품의 원료를 강조하는 문구로는 ‘엄선된 재료’, ‘영계’, ‘인삼’, ‘인공색소, 인공향료 무첨가’ 등을 활용하며, ‘언제 어디서나’, ‘간편하게 즐길 수 있는’과 같은 문구를 활용하여 제품의 간편성 또한 강조하고 있음

[표 3.9] 베트남 삼계탕 경쟁기업 홍보문구 분석



## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

1. 베트남 고품질 상품 인증 홈페이지 (www.hvnclc.vn)
2. 한국식품안전관리인증원 홈페이지 (www.haccp.or.kr)
3. 베트남 통계청 홈페이지 (www.gso.gov.vn)
4. 구글맵스 (www.maps.google.com)
5. 코옵엑스트라 홈페이지 (www.coopextra.net)
6. 오상 홈페이지 (www.auchan.vn)
7. 쇼피 홈페이지 (www.shopee.vn)
8. 라자다 홈페이지 (www.lazada.vn)
9. 티키 홈페이지 (www.tiki.vn)
10. 케이티 홈페이지 (www.catyhi.com)
11. 떡 뽕 바오롱 홈페이지 (www.thucphambaolong.com)
12. 아스작 푸드 홈페이지 (www.asuzacfoods.co.jp)
13. 중소기업현황정보 홈페이지 (www.sminfo.mss.go.kr)
14. 나이스기업정보 홈페이지 (www.nicebizinfo.com)
15. 롯데마트(Lotte Mart) 홈페이지 (www.lotte.vn)
16. 에스씨제이 티비쇼핑(SCJ TV Shopping) 홈페이지 (www.scj.vn)
17. 케이마켓(K-Market) 페이스북 홈페이지 (www.facebook.com/kmarketvietnam/)
18. 델리카시(Delicacy) 홈페이지 (delicacy.vn)
19. 코옵마트(Coop Mart) 홈페이지 (www.co-opmart.com.vn)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사  
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사  
발 행 일 : 2019.10.11.

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는  
저작권법에 의하여 금지되어 있습니다. 본문 내용 중 문의사항이나  
개선할 사항에 대해서는 aT 한국농수산물유통공사로  
연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

